



UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA



Estratégias de comunicação e públicos-alvo:
um estudo de caso da Academia Olímpica de Portugal

Dissertação elaborada com vista à obtenção do Grau de Mestre em Gestão do
Desporto

Orientador: Professor Rui Madeira Claudino

Bibiana Elena Schmidt Farias
2019

“Quem não confia, não se comunica, não se abre, não se relaciona, não cria liames profundos, não sabe fazer amizades verdadeiras. Sem confiança, não há relacionamento”.

Drauzio Varella

Agradecimentos

À Academia Olímpica de Portugal, que desde o primeiro dia, me acolheu e incentivou o desenvolvimento deste trabalho.

Ao Prof^o Rui Claudino pela paciência e todas orientações sempre pertinentes.

À minha família e amigos que com amor sempre que estivemos juntos não me deixaram esquecer desta tarefa a cumprir.

À vida pelas oportunidades que traz e pelas voltas que dá.

Resumo

Com o surgimento de novas plataformas eletrônicas muitas organizações acabam por se perder nessa avalanche das novas tecnologias, utilizando estratégias de “tudo para todos”.

Este trabalho tem como objetivo principal apresentar a importância da definição dos públicos-alvo nas organizações desportivas, através de um estudo de caso na Academia Olímpica de Portugal. Para suprir esse e os objetivos específicos foi realizada a revisão de literatura dos assuntos e autores pertinentes ao estudo, ou seja, comunicação, desporto, relações públicas no desporto, auditoria de comunicação e públicos-alvo.

A metodologia utilizada foi “multimétodo” para recolha e análise dos dados, através de inquérito online, entrevista em profundidade e análise documental. As ferramentas para análise qualitativo e quantitativo foram o MAXQDA e o Google Analytics. Com base na metodologia de auditoria de comunicação de Souza (2006), foram apresentados e discutidos os resultados dos 18 tópicos propostos pelo autor.

Chegou-se a conclusão geral que ter os públicos-alvo mapeados e identificados acaba por se tornar a linha mestra que conduz todo o planeamento estratégico de uma organização, e claramente decisivo na definição das estratégias de comunicação e divulgação de cada uma das ações. Foram apresentadas as conclusões para os três objetivos específicos relacionados à AOP.

Palavras-Chave: comunicação, relações públicas no desporto, auditoria de comunicação, públicos-alvo, gestão do desporto, estratégias

Abstract

With the emergence of new electronic platforms many organizations end up getting lost in this avalanche of new technologies, using "everything for everyone" strategies.

This work has as main objective to present the importance of the definition of the target audiences in the sports organizations, through a case study in the Portuguese Olympic Academy. In order to meet this and its specific objectives, a literature review of the subjects and authors pertinent to the study was carried out, ie, communication, sports, public relations in sports, communication auditing and target audiences. With this, it is justified, with theoretical bases, the importance of the subject and the study itself.

The methodology used was "multi-method" for data collection and analysis, through online survey, in-depth interview and documentary analysis. The tools for qualitative and quantitative analysis were MAXQDA and Google Analytics. Based on the communication audit methodology of Souza (2006), the results of the 18 topics proposed by the author were presented and discussed.

The general conclusion was that having mapped target and audiences ends up becoming the main line that drives all the strategic planning of an organization, and clearly decisive in the definition of communication strategies and dissemination of each one of the actions. The conclusions were presented for the three specific objectives related to the OAP.

Keywords: communication, public relations in sport, communication audit, target audience, sport management, strategies.

Índice

RESUMO	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE DE TABELAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	10
INTRODUÇÃO.....	12
1. COLOCAÇÃO DO PROBLEMA	14
1.1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	14
1.2. OBJETIVOS	15
1.3. IMPORTÂNCIA DO ESTUDO	15
2. REVISÃO DA LITERATURA	17
2.1. COMUNICAÇÃO	17
2.2. DESPORTO	18
2.3. RELAÇÕES PÚBLICAS NO DESPORTO	19
2.4. AUDITORIA DE COMUNICAÇÃO.....	20
2.5. PÚBLICOS-ALVO	32
3. METODOLOGIA	33
3.1. OPÇÕES METODOLÓGICAS	33
3.2. PARTICIPANTE	35
3.3. INSTRUMENTOS DE RECOLHA	36
3.4. INSTRUMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	40
3.5. PROCEDIMENTO	41
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	42
5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	70
6. BIBLIOGRAFIA	73
7. ANEXOS	77
7.1. ENTREVISTA COM PRESIDENTE AOP - TIAGO VIEGAS	77
7.2. INQUÉRITO ONLINE COM MEMBROS AOP	84
7.3. ANÁLISE NA ÍNTEGRA DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO AOP	91
7.4. MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS	102
7.5. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2017	116
7.6. RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2018	125
7.7. CIRCULARES 2018	132
7.8. MATERIAIS DE APOIO	143
7.8.1. DESDOBRÁVEIS.....	143

Índice de Tabelas

TABELA 1: SÍNTESE DOS TRABALHOS DOS VÁRIOS AUTORES APRESENTADOS SOBRE AUDITORIA DE COMUNICAÇÃO.	25
TABELA 2: RESULTADOS MAXQDA - ENTREVISTA COM PRESIDENTE. FONTE: AUTOR.	43
TABELA 3: OPINIÃO GERAL SOBRE A COMUNICAÇÃO DA AOP COM OS MEMBROS - MAXQDA. FONTE: AUTOR	46

Índice de Figuras

FIGURA 1: ESQUEMA DE INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS. FONTE: AUTOR.	36
FIGURA 2: RESULTADOS DO INQUÉRITO FEITO COM OS MEMBROS DA AOP. PERGUNTA 5.	44
FIGURA 3: RESULTADOS DO INQUÉRITO FEITO COM OS MEMBROS DA AOP. PERGUNTA 11.	45
FIGURA 4: TEMPLATE DE NEWSLETTER ENVIADA AOS MEMBROS E PARCEIROS INSTITUCIONAIS.	50
FIGURA 5: NÚMEROS DE ACESSO AO WEBSITE NO ANO DE 2018. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	51
FIGURA 6: NÚMERO DE ACESSO AO WEBSITE DE 2018 X 2017. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	52
FIGURA 7: NÚMERO DE VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA NO WEBSITE DE 2018 X 2017. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	52
FIGURA 8: RANKING DE PAÍSES DOS UTILIZADORES QUE ACEDEM AO WEBSITE. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	52
FIGURA 9: RANKING DOS CONCELHOS DOS UTILIZADORES QUE ACEDEM AO WEBSITE. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	53
FIGURA 10: RANKING DO FLUXO DE ACESSO AO WEBSITE. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	54
FIGURA 11: RANKING DO FLUXO DE ACESSO AO WEBSITE, ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	54
FIGURA 12: RANKING DO FLUXO DE ACESSO AO WEBSITE, ATRAVÉS DAS REFERÊNCIAS. FONTE: GOOGLE ANALYTICS.	55
FIGURA 13: NÚMEROS DE ACESSOS AS PUBLICAÇÕES DO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	56
FIGURA 14: NÚMEROS DE ALCANCE ORGÂNICO DAS PUBLICAÇÕES NO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	56
FIGURA 15: NÚMEROS DE GOSTOS AO PERFIL DO FACEBOOK DE 2018 X 2017. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	56
FIGURA 16: ANÁLISE DOS DIAS E HORÁRIOS COM MAIS ACESSO AO PERFIL DO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	57
FIGURA 17: COMPARAÇÃO DOS TIPOS DE PUBLICAÇÕES. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	57
FIGURA 18: EXEMPLO DE PUBLICAÇÃO COM VÍDEO COM MAIS INTERAÇÃO DOS UTILIZADORES DO FACEBOOK. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	58
FIGURA 19: EXEMPLO DE PUBLICAÇÃO COM MAIS INTERAÇÃO DOS UTILIZADORES. FONTE: FACEBOOK ANALYTICS.	58
FIGURA 20: EVOLUÇÃO DOS LOGÓTIPOS DA AOP AO LONGO DE 30 ANOS. FONTE: ARQUIVOS AOP.	62
FIGURA 21: FOTO DO ESCRITÓRIO AOP, QUE ESTÁ INSTALADO NO COP. CRÉDITOS: CARLOS GOMES	63
FIGURA 22: VESTIMENTA FEMININA OFICIAL AOP PARA BOLSEIROS. CRÉDITOS: ANA BIDARRA	64
FIGURA 23: VESTIMENTA FEMININA OFICIAL AOP PARA BOLSEIROS. CRÉDITOS: GERMANO ARROYO	64
FIGURA 24: MAPA DE PÚBLICOS-ALVO DIRETOS E INDIRETOS DA AOP. FONTE: AUTOR.	66

Introdução

Sabe-se que nas organizações desportivas o quadro de colaboradores é reduzido e por isso na maioria das vezes, o pouco que se faz já é muito para a capacidade de produção, o que acaba por favorecer esse cenário de apenas divulgação de informações e não de incentivo ao relacionamento e envolvimento dos diversificados públicos-alvo de uma organização em prol da sua missão.

Uma comunicação de “tudo para todos” já não funciona e não é de agora. Desde sempre, porém, cada vez mais, saber com quem está a se comunicar e conhecer esse público-alvo é imprescindível não só por uma questão de estratégia de aproximação e relacionamento, mas também pelas orientações de comunicação, formato da mensagem, fluxo de informações e o que esperar de retorno.

O objetivo deste estudo consiste em apresentar a importância da definição dos públicos-alvo nas organizações desportivas, através do estudo de caso na Academia Olímpica de Portugal.

A estrutura do trabalho inicia-se com a colocação do problema, subdividido em 3 partes, sendo primeiro a formulação do problema, onde os autores trazem à tona os problemas da generalização das mensagens enviadas a todos tipos de públicos, assim como dúvidas emergentes frente a este cenário. Depois a definição dos objetivos e importância do estudo.

No segundo capítulo explora-se a revisão de literatura dos assuntos e autores pertinentes ao estudo, ou seja, comunicação, desporto, relações públicas no desporto, auditoria de comunicação e públicos-alvo. Com isso, justifica-se, com bases teóricas a importância do tema e do estudo.

A seguir, no terceiro capítulo é apresentada a metodologia deste estudo, que utiliza o conceito de multimétodo e através da auditoria de comunicação de Souza (2006) que utiliza inquéritos, entrevista e análise documental, foi possível realizar análises qualitativas e quantitativas com o auxílio das ferramentas MAXQDA e Google Analytics.

O quarto capítulo é destinado a apresentação e discussão dos resultados, onde são apresentados detalhados sobre cada um dos dezoito tópicos existentes no modelo de auditoria de comunicação explorado.

Possibilitando assim o desenvolvimento do quinto capítulo com as conclusões pautadas nos objetivos geral e específicos e ainda traz as limitações encontradas neste trabalho e ainda recomendações para um possível futuro se dada a continuidade ao trabalho apresentado a Academia Olímpica de Portugal.

1. Colocação do problema

1.1. Formulação do Problema

Os meios de comunicação evoluíram para o mundo das plataformas digitais online, onde a presença física das pessoas já não é o fator preponderante, para a existência de troca de mensagens, mas não deveria nunca ser a única opção, na nossa opinião.

Claramente a comunicação online traz enormes possibilidades, isso é um fato inegável. As redes sociais são ferramentas de comunicação poderosas, tanto para as organizações, como para o público. Porém, algumas organizações acabam por executar, inconscientemente, o processo massificado de comunicação, para com seus diversos públicos de interesse, de forma unilateral. Ou seja, as organizações apenas emitem mensagens. Por vezes, única e exclusivamente através das redes sociais, sem se preocuparem em modelar a mensagem ao objetivo e ao público proposto.

Um processo de comunicação bem realizado resulta muitas vezes em respostas às mensagens enviadas. Estas respostas precisam de tanta atenção quanto a mensagem enviada. Cria-se assim um fluxo de comunicação de duas vias, um relacionamento entre as partes, agregando valor para a imagem institucional. Na mesma proporção, ou ainda mais rápido e em maior escala, a falta de retorno causa más impressões, podendo afetar a reputação e credibilidade da organização.

A grande questão para os responsáveis das organizações, imergidos em tantas atividades do dia-a-dia e tarefas a cumprir, é serem seduzidos pela falsa facilidade da comunicação, através das redes sociais. Invariavelmente acabam por definir estratégias de comunicação do tipo “tudo para todos”. Por vezes esquecem-se da existência de públicos com diferentes interesses, ou mesmo pelo acúmulo de tarefas no dia a dia, acabam por não tendo atenção ao detalhe da diversidade dos públicos. Inclusive dentro da mesma plataforma social. Consequentemente é importante ter estratégias diferentes para atingi-los, e muitas vezes a melhor forma não é a mais “moderna”. Ou seja, por mais conectados e online que estejamos nos últimos tempos, muitas vezes as estratégias de relacionamento presenciais, olho-no-olho, ainda têm um valor agregado muito grande para as pessoas. Em especial àquelas envolvidas no segmento desportivo, por toda emoção e imprevisibilidade agregadas.

Muitas dúvidas surgem quando começamos a aprofundar nessa seara, como por exemplo, a comunicação nas organizações desportivas tem tido a importância necessária? No meio de tantos canais de comunicação as organizações conseguem distinguir os seus públicos de interesse? E conseguem dar a devida atenção a cada um deles? Existe uma gestão estratégica de comunicação e relacionamento para com estes públicos? Estão a atingir seus objetivos com as ações de comunicação realizadas? Existe envolvimento dos públicos de interesse para com as organizações desportivas ou esse envolvimento se resume a *likes* e *shares*?

1.2. Objetivos

Decorrente do problema anterior, o objetivo deste estudo consiste em apresentar a importância da definição dos públicos-alvo nas organizações desportivas, para facilitar o planeamento estratégico das ações de comunicação, utilizando a Academia Olímpica de Portugal para estudo de caso.

Objetivos Específicos

1. Identificar e avaliar o processo de comunicação atual da AOP;
2. Identificar os públicos de interesse da organização;
3. Propor um plano de ações de relações públicas para a AOP.

1.3. Importância do Estudo

O objetivo deste estudo é apresentar a importância da definição dos públicos-alvo nas organizações desportivas. Claramente, para isso é de extrema relevância a identificação e mapeamento de cada um dos públicos para entender quais as melhores estratégias de comunicação e envolvimento com o foco no fortalecimento das relações, consolidação da imagem e reputação das organizações desportivas.

Ter a mensagem certa, para o público certo, por meio do canal certo não é tarefa fácil. Para se ter essa assertividade é de suma importância investigar o cenário atual da organização. Deverão ser analisadas as ações já realizadas, os seus resultados no passado, o mapeamento e caracterização de todos os públicos de interesse da organização, para que o desenvolvimento das estratégias de comunicação, aproximação

e relacionamento para cada um deles. Com base nesta relevância da comunicação estratégica de relacionamento é impossível não olhar as organizações desportivas sob a lente das relações públicas.

O profissional de relações públicas ocupa um papel importante nas organizações, pois estabelece a ponte entre as mesmas e seus públicos de interesse, com o objetivo de fortalecer a imagem institucional, por meio de programas e campanhas estratégicas de relacionamento e comunicação com cada um deles, sejam internos ou externos.

Stoldt, Dittmore e Branvold (2012), depois de analisarem diversos conceitos e definições, chegaram ao consenso que as relações públicas no desporto representam uma função gerencial de comunicação, com o objetivo de identificar os principais públicos da organização desportiva, avaliar o envolvimento com estes e promover relacionamentos duradouros, entre as partes, (p.2), através de campanhas executadas para facilitar a concretização dos objetivos da organização.

Órgão máximo do desporto e guardiões dos princípios fundamentais do Olimpismo, regidos pelos valores olímpicos Excelência, Amizade e o Respeito, o Comité Olímpico Internacional - COI tem como missão promover o Olimpismo e dirigir o Movimento Olímpico a nível mundial, através dos seus Comités Olímpicos Nacionais – CONs, da Academia Olímpica Internacional – AOI e suas Academias Olímpicas Nacionais – AONs.

As Academias Olímpicas detêm um papel precioso quanto ao fomento do interesse e promoção dos valores olímpicos através do desporto, podendo um plano de relações públicas facilitar disseminação destes, por meio de estratégias de comunicação e relacionamento. E é pela abrangência e importância nacional que foi escolhida a Academia Olímpica de Portugal para este estudo de caso.

2. Revisão da Literatura

2.1. Comunicação

A comunicação é um processo dinâmico e contínuo, composto por diferentes variáveis que interagem e seus resultados são determinados por contingências não especificadas, de acordo com o conceito de Berlo (1960).

Diversos autores definem a comunicação como um fenómeno interessante, porém complexo e impreciso. Por exemplo, Downs e Adrian (2004) afirmam que *“one of the most interesting organizational phenomena to investigate precisely because it is so complex and multifaceted”* (p.3), ou Batternfield (2004), citado por Pedersen, Miloch e Laucella (2007), *“because the process of communication is so complex, a precise definition is arguably impossible to put forward”*.

A comunicação é um instrumento de troca entre indivíduos e/ou organizações através de diversos tipos de linguagens: escrita, falada, gestual, corporal, visual, transmitidos pelos mais diversos tipos de canais. Esta relação de troca entre as partes tem as consequências relativas aos resultados desta experiência, ou seja, o desenvolvimento do processo de comunicação e relacionamento é o que determina se haverá continuidade desta relação e de que forma.

Sendo a comunicação um tema abrangente, com diferentes frentes de atuação como a publicidade, marketing, jornalismo e as relações públicas, a pluralidade nos processos, meios, formas e agentes envolvidos fez com que optássemos pela última disciplina, pois de acordo com o *website* da Sociedade Americana de Relações Públicas, *“at its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across a myriad of platforms in order to shape and frame the public perception of an organization”*.

Mais a frente será explorado o conceito das Relações Públicas com o foco no meio organizacional desportivo.

2.2. Desporto

O universo desportivo é outro tema fascinante, abrangente e difícil de ser conceitualizado numa breve definição, Pedersen (2012) afirma que:

It is challenging to estimate its size and scope because it encompasses myriad direct, tangential, and wide-ranging components and personnel. For instance, its segments can range from sales, governance, and law, to marketing, event operations, and finance. Stakeholders can be internal “players” like athletes and administrators or external participants like sponsors and journalists. Sporting activities include traditional sports and physical contests plus emerging competitions and more cerebral games (p. 55).

Para além do conceito “frio” e racional de Pedersen, é preciso lembrar que o desporto sempre foi destaque enquanto fenómeno social, que influencia na cultura e na construção da identidade de uma sociedade. É uma atividade capaz de trabalhar com a emoção dos indivíduos.

A Carta Europeia do Desporto, artigo 2º, número 1, alínea a, define por “desporto” todas as formas de atividades físicas que, através de uma participação organizada ou não, têm por objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis.

De acordo com Hylton e Totten (2001) *“society affects sports and sport affects society. The inter-relation of sport and society is manifest as social influences brought to sport, and as influencers exported from it to broader society”* (p. 43). Essa relação entre o desporto e a sociedade é tida através das conexões e laços emocionais de um indivíduo para com o ambiente e/ou outros indivíduos, seja num ambiente competitivo ou de lazer.

Conforme citação de Sousa (2012) em sua comunicação para o VII Congresso Português de Sociologia:

Novos valores surgiram na sociedade associados a uma diversificação cada vez maior de modalidades praticadas transformando o desporto num espaço que permite a libertação dos estados emocionais, através de uma busca de excitação e prazer, ganhando uma ampla importância social dadas as características do atual estágio civilizacional, caracterizado por sociedades fortemente normalizadas, e marcadas pela imposição que é feita aos indivíduos de não exteriorizarem os seus estados

emocionais (Elias, 1992).

Numa sociedade cada vez mais preocupada com “a individualização, o culto pela diferença, a rutura com a uniformidade e a rotina, a normalização niveladora, juntamente com o culto do corpo, a procura de lazes ativos e a informalização dos espaços de prática e dos tempos que lhe são dedicados” (Sousa, 2012), é nítida a importância de trabalhar para que a sociedade volte a enxergar o desporto como um universo que tem os seus alicerces nos valores olímpicos, a excelência, a amizade e o respeito.

2.3. Relações públicas no desporto

Pelos conceitos vistos acima, para este estudo vamos analisar a comunicação desportiva sob as lentes de Stoldt, Dittmore e Bravold (2012), que tratam as relações públicas desportivas como uma função gerencial da comunicação, destinada a identificar os públicos-alvo de uma organização desportiva, avaliar suas relações com esses públicos e promover relacionamentos desejáveis entre eles.

Hopwood (2010) descreve a atividade das relações públicas nas organizações desportivas de uma forma muito concisa:

Sport public relations is all about making sure that the sport organisation does the right things at the right times and ensuring that everyone who needs to know what it is doing does so when necessary. In other words, sport public relations is concerned with establishing, managing and maintaining a whole range of mutually influential and beneficial relations (p. 14).

De acordo com Stoldt, Miller e Vermillion (2009), também há uma contribuição das relações públicas para as receitas organizacionais que podem ser diretas através do impacto nos clientes e doadores, ou indiretamente como resultado da sua influência na imagem e reputação da organização, pois *“cost savings range from modifying communication programs to make them most cost effective to providing counsel to senior management to preempt decisions that might spur key publics to oppose the organization”* (p. 224-225).

Na revisão do livro *Sport Public Relations and Communication*, de Maria Hopwood, feita por Brett Sherrick para o *Journalism & Mass Communication Quarterly* 89 (3 – 2012), o autor aponta como mais valiosa contribuição do livro no capítulo *“Sport*

Marketing Public Relations (SMPR)” onde Hopwood diz “*although we can understand and accept that contemporary sport operates within a competitive business environment, sport in all its forms and permutations cannot be marketed or promoted in the same way as any other consumer commodity*”. Sherrick resume que em sua base o SMPR argumenta para as funções de marketing e relações públicas das organizações desportivas estarem integradas, e que o foco deveria ser nos relacionamentos e comunicação, ao invés de nas transações monetárias e promoções (p. 550).

Para além de ser de extrema importância estudar os tipos de relações que são desenvolvidas ao longo de uma vida organizacional e suas diversas formas de se comunicar, é preciso também conhecer os seus públicos de interesse, ou seja, quem são os recetores das mensagens, e entender qual é o tipo de conexão que esses têm, por um lado com a organização e por outro nos seus mais diversos ambientes. Isso para que se saiba qual é a melhor forma de se comunicar com estes públicos de interesse diretos e ainda se existe potencial para alargarem o que lhes é transmitido e como, tornando os multiplicadores das mensagens.

Rogers (1995), citado por Downs e Adrian (2004), define rede de comunicação como “*interconnected individuals who are linked by patterned flows of information*”, e complementam que como se estudam as relações entre as pessoas - até mesmo os padrões de relações -, o que emerge dos dados é a estrutura de comunicações em funcionamento. Essa estrutura de comunicação pode ser bem diferente da estrutura organizacional descrita em um organograma (p. 188).

Para avaliar e validar a efetividade e eficácia da comunicação nas organizações com seus públicos de interesse e propor melhorias, quando necessário, os profissionais de relações públicas tem como ferramenta a auditoria de comunicação, também chamada de diagnóstico, pesquisa ou ainda investigação da comunicação por alguns autores, conforme será apresentado abaixo.

2.4. Auditoria de Comunicação

Apesar do termo “auditoria” ter um peso conotativo no ambiente organizacional, na maioria das vezes ligado a auditorias financeiras, onde normalmente se buscam erros e culpados, usaremos este termo no sentido funcional, de acordo com o conceito de

Souza (2006):

No sentido mais estrito do termo, uma auditoria da comunicação corresponde a uma coleta rigorosa de informações sobre a comunicação numa entidade. Em síntese, consiste, essencialmente, no registro de resultados de inquéritos, entrevistas e de uma amostra representativa de episódios comunicacionais, assim como no processamento analítico e interpretativo dos dados obtidos, para determinação das tendências comunicativas da organização (diagnóstico), podendo, ainda, ser enriquecida com o confronto com os resultados de organizações congêneres e com o confronto com os resultados de auditorias anteriores à comunicação na organização auditada (p. 95).

Para além de identificar os públicos e as variáveis, é também de muita importância o estudo do fluxo das informações, como afirmam Porter e Adrian (2004):

Information flow is vital to healthy organizations. When information overloads the communication system, people make decisions prematurely, inaccurately, or not at all. Communication costs are enormous, particularly given their oblique linkage to productivity. Accordingly, some of the most difficult-to-acquire resources are often wasted due to poor understanding and use of an organization's actual communication structure. What is the core goal of network analysis? To find that actual communications structure (p. 188-189).

Assim como Downs e Adrian (2004) mencionam, no livro *Assessing Organizational Communication* (e como vimos não só neste livro, mas na maioria dos estudos sobre o tema) grande parte dos métodos de auditoria descritos são considerados para identificar como os públicos individualizados enxergam as organizações, por isso, “[n]etwork analysis taps into a completely diferente kind of data and thus requires diferentes kinds of questions, particular questions concerning relations (Scott, 1991)” p. 188.

Kunsch (2005), apresenta um conceito sobre o propósito das auditorias de comunicação organizacional bastante abrangente, porém que define exatamente a flexibilidade e o potencial desta ferramenta de trabalho aos profissionais de relações públicas, seja o âmbito total da comunicação da organização ou em partes, “... tudo dependerá das necessidades, dos objetivos e da conjuntura das organizações. Visa também corrigir desvios, prevenir e encaminhar soluções de problemas, aperfeiçoar o

sistema de comunicação de uma organização, buscando com isso melhorar seu desempenho” (p. 238).

Austin e Pinkleton (2006), citados por Stoldt, Dittmore e Brandvold, 2012, indicam que a pesquisa pode ajudar os profissionais de relações públicas em diversas áreas: (1) identificando problemas que existam, suas histórias e prevalência; (2) definindo a magnitude dos problemas e seus efeitos em diversos públicos; (3) sugerindo estratégias para resolver problemas com sucesso; (4) testando estratégias para determinar quando produzem o efeito desejado; (5) rastreando o plano de implementação para garantir o resultado de execução; (6) avaliando os resultados das estratégias implementadas.

Souza (2006) afirma que:

Uma auditoria da comunicação procura, precisamente, avaliar até que ponto a comunicação desenvolvida na e pela organização é benéfica, ou pelo contrário, cria problemas. A auditoria da comunicação deverá fornecer, assim, dados concretos e reais, em parte quantificados, sobre as causas comunicacionais do sucesso ou insucesso organizacional, para que, posteriormente, os profissionais de relações públicas possam propor aos dirigentes e implementar, com conhecimento de causa, políticas e medidas comunicacionais destinadas a favorecer a organização e os seus colaboradores (p. 92).

E justifica a aplicação e importância da auditoria da comunicação nas organizações pois “os gestores organizacionais e os profissionais de relações públicas precisam saber com quem estão se comunicando, quais mensagens eles próprios e a organização estão emitindo, por intermédio de que canais, quais os bloqueios e ruídos ao processo e que efeitos a comunicação produz” (p. 92).

Muitos são os pesquisadores no campo das relações públicas que publicaram perguntas-chaves, diretrizes, modelos e roteiros, para execução de uma auditoria de comunicação minuciosa, englobando os processos internos e externos da comunicação, e para contextualizar a evolução desse conceito vamos aproveitar o estudo realizado por Sousa (2006), onde cita Goldhaber e Rogers (1979), Bedien (1980), Wynne (1990), Hargie e Tourish (1996 e 2000b), Joseph A. Kopec, citado em Sousa (2004), Sousa (2004) e ainda introduzir novos resultados pela nossa pesquisa.

De acordo com Souza (2006), por volta de 1977, a organização ICA – *Internal Communication Association* decidiu reunir em um só modelo uma forma de auditar as

organizações clientes, com o objetivo de ter um processo padrão para avaliação do sistema de comunicação para criar um banco de dados que permitisse efetuar comparações entre diferentes organizações. Desenvolveu-se então o modelo *ICA Audit*, que apesar de ser uma ferramenta muito completa, contempla os cinco instrumentos para avaliação e é um dos modelos mais estruturados para o diagnóstico de comunicação nas organizações, é por outro lado de aplicação extensa, podendo levar cerca de 25 semanas até a sua conclusão, necessita de profissionais qualificados para aplicação e está basicamente voltada para comunicação interna, deixando uma lacuna grande quanto a comunicação para com os demais públicos de interesse.

Goldhaber e Rogers (1979), deixam alguns conselhos para que a coleta de informações seja feita de forma eficaz e parece que nos pontos colocados já mostram de uma forma sutil a preocupação com a comunicação para além das paredes da organização, mencionando a importância de identificar as redes de comunicação existentes.

Nesta mesma linha, Bedien (1980), reafirma a função das auditorias de comunicação como uma ferramenta para identificar os problemas e facilitar a implementação de soluções, e traz assim questões voltadas para o fluxo das mensagens com atenção em cada um dos pontos.

Anos depois, Wynne (1990) e Hargie e Tourish (1996), trazem questões mais abrangentes, com possibilidade para exploração e análises em maior profundidade, mas também voltadas apenas para a comunicação interna das organizações.

Mais recentemente, Tourish e Hargie (2000), incluem a pluralidade, questionando se as mensagens corretas chegam aos públicos e ainda introduzem de certa forma uma subjetividade maior, trazendo à tona perguntas envolvendo sentimentos, vontade e interesses das pessoas.

Kopec (2004), enumera nove áreas que devem ser analisadas em um processo mais formal de auditoria da comunicação global da organização.

Também Souza (2006) elabora um roteiro completo e extenso, apesar de chamar de um modelo “não exaustivo” com 18 tópicos a serem pormenorizados através de técnicas e métodos - Inquéritos (descritivos, analíticos e mistos), entrevistas em profundidade, grupos de foco, análise de documentos (análise do discurso), observação direta, e outros quatro métodos que são: método dos papéis sociais, método das

histórias de vida, sociografia e método do “cliente-mistério” - que em sua análise final tem como resultado uma visão global da empresa.

Numa visão voltada para a comunicação interna, Downs e Adrian (2004) reúnem em seis etapas um processo de auditoria de comunicação, apresentando os seguintes instrumentos para recolha dos dados, que podem ser utilizados em conjunto ou separadamente – entrevistas, questionários, ICA *Audit* (mencionado anteriormente), ComSat (*Communication Satisfaction Questionnaire*), *Critical Communication Experience Survey*, ECCO (*Episodic Communication Channels in Organizations*), *Diagnosing Communication Networks* e *Focus Group Interviews*.

Kunsch (2005), com uma visão mais holística da organização através dos conceitos de relações públicas, afirma que “a auditoria baseia-se, portanto, em pesquisas para gerar propostas e programas de ação de comunicação” (p. 237).

Vahouny (2009), publicou uma gama de perguntas aparentemente simples, mas se exploradas por profissionais de que tenham o conhecimento necessário, podem trazer muitas informações interessantes, para que gestores internos possam avaliar se a comunicação está sendo feita de forma eficaz. E claramente introduz alguns métodos de auditoria como as entrevistas e os inquéritos para esta recolha de dados.

Para melhor ilustrar essa diversidade, compilamos na Tabela 1 alguns dos principais modelos, objetivos ou roteiros para uma auditoria de comunicação.

Tabela 1: Síntese dos trabalhos dos vários autores apresentados sobre auditoria de comunicação.

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
Gerald M. Goldhaber e Paul D. Krivonos (1997)	Auditoria de Comunicação ICA Comunicação Interna	<p>A Auditoria de Comunicação da Associação Internacional de Comunicação (ICA) fornece a uma organização informações antecipadas que podem impedir grandes quebras.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Questionário Survey: 116 itens e 10 dados demográficos mais até 34 questões de qualquer tipo determinado pela organização. 2. Análise de rede - Os entrevistados indicam a medida em que normalmente se comunicam com cada indivíduo em sua unidade ou departamento. 3. Entrevistas - Os membros selecionados aleatoriamente e / ou propositalmente da organização são convidados a participar de entrevistas individuais 4. Experiências de comunicação - Os entrevistados descrevem episódios críticos de comunicação que eles sentem serem representativos de incidentes tipicamente bem-sucedidos ou mal-sucedidos. 5. Diário de comunicação - Cada participante é convidado a manter um diário de atividades de comunicação especificadas (conversas, telefonemas, reuniões, materiais escritos recebidos e enviados, etc.) durante o período de uma semana.

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
*Goldhaber e Rogers (1979)	Auditoria de Comunicação Comunicação Interna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar a quantidade de informação associada aos principais assuntos, fontes e canais de comunicação; 2. Avaliar a qualidade da informação; 3. Avaliar a qualidade da troca de informações, nomeadamente, a confiança dos interlocutores uns nos outros e na informação disponibilizada, a sociabilidade, a satisfação no emprego e a motivação; 4. Identificar as redes de comunicação existentes e compará-la com as redes planificadas e formais prescritas pelo organograma organizacional (as redes de comunicação, por vezes, organizam-se informalmente, podendo contribuir para a propagação de rumores e boatos, informações distorcidas etc); 5. Determinar os estrangulamentos aos fluxos de informação e os gatekeepers (pessoas que determinam a informação que passa e a que não passa) desse processo, comparando-os com os papéis que, formalmente, essas pessoas desempenham; 6. Identificar categorias e exemplos de experiencias e incidentes comunicativos comuns positivos, negativos e neutros; 7. Descrever padrões de comportamento comunicacional de indivíduos, grupos e da própria organização no seu todo, em função de fontes, canais, assuntos, dimensão / duração e qualidade das interações comunicativas; <p>Providenciar recomendações para mudanças ou melhorias nas atitudes, praticas e competências comunicativas, a partir da auditoria.</p>
*Badien (1980)	Auditoria de comunicação	<p>Devem identificar as funções e disfunções comunicativas de uma organização, determinar as conexões entre os problemas comunicacionais e facilitar a implementação de soluções, focando-se em questões como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quem está comunicando-se com quem? • Que assuntos recebem maior atenção e aumentam a ansiedade? • Quanta informação as pessoas recebem e emitem sobre assuntos cruciais? • Qual o grau de confiança interpessoal? • Como pode caracterizar-se a qualidade global das relações no trabalho?

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
*Wynne (1990)	Auditoria de comunicação Comunicação interna	<p>Devem responder as perguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por que comunicar? Com que objetivos? • O que é comunicado a quem? • As pessoas recebem as mensagens? Compreendem-nas? • Quais os meios mais eficazes, entre os usados, para as mensagens chegarem aos receptores pretendidos? • A informação correta é comunicada de forma compreensível e digerível? • Os gestores recebem formação em competências comunicacionais? Foram institucionalizados grupos de discussão sobre questões comunicacionais? Funcionam? • Ocorrem fenómenos de comunicação lateral e informal? • Os gestores sentem-se informados? • Há feedback comunicativo nas organizações? A comunicação ascendente é fácil ou é bloqueada? Os gestores do topo conhecem os pontos de vista dos colaboradores situados em patamares inferiores da hierarquia organizacional?
*Hargie e Tourish (1996, 2000b)	Auditoria de comunicação	<p>Deve dizer aos gestores e à organização no seu todo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Com quem estão falando. • Com quem deveriam falar. • De que assuntos as pessoas falam. • De que fontes as pessoas obtêm informações. • Que informação chega às pessoas pelos meios de comunicação organizacional e das reuniões e conversas. • Qual é o impacto de tudo isso nas relações de trabalho. <p>Questões-chave a colocar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estão formulando as mensagens corretas? • As mensagens (corretas) passam para os públicos? • As pessoas sentem-se informadas? • A comunicação direciona-se para os assuntos que mais interessam às pessoas?

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
*Jorge Pedro Sousa (2004)	Auditoria à comunicação Relações Públicas	<p>Permite recolher dados quer para melhorar a eficácia e a eficiência organizacionais quer para avaliar as políticas de imagem (se existentes) e a imagem real da entidade.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dados gerais 2. Mapeamento da comunicação 3. Manual de comunicação organizacional 4. Mensagens 5. Meios (dispositivos técnicos) e canais de comunicação 6. Comunicações interpessoais e individuais e celebrações 7. Comportamentos e atitudes organizacionais 8. Comunicação de marketing 9. Formação (treinamento) 10. Identidade visual 11. Inquéritos 12. Comunicação com a media (assessoria de imprensa) 13. Comunicação publicitária 14. Patrocínio (sponsoring) e mecenato 15. Beneficência 16. Comunicação de crise 17. Sinalética e organização do meio físico 18. Fardamento e outros códigos de vestuário
*Joseph A. Kopec (apud Sousa, 2004)	Auditoria de comunicação Relações Públicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Filosofia da comunicação 2. Objetivos da entidade 3. Organização, colaboradores e recompensas 4. Programas comunicacionais existentes 5. Meios existentes e seu uso 6. Recurso às comunicações informais 7. Encontros 8. Atitudes quanto à comunicação 9. Necessidades e expectativas

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
Downs e Adrian (2004)	Avaliação de comunicação organizacional Comunicação Interna	Avaliar a relação entre os processos comunicativos e os resultados organizacionais (de empenhamento, satisfação, produtividade, eficiência na mudança, imagem/reputação ou outros. 1. Iniciação 2. Planeamento 3. Diagnóstico 4. Análise 5. Avaliação 6. Retorno
Margarida Maria Krohling Kunsch (2005)	Auditoria de comunicação Relações Públicas	1. Sistema de comunicação vigente 2. Políticas, filosofias e objetivos 3. Missão, visão e valores 4. Estruturação departamental e setorial 5. Modalidades da comunicação organizacional integrada a. Comunicação administrativa e interna b. Comunicação institucional c. Comunicação mercadológica ou de marketing 6. Mensuração e avaliação da comunicação organizacional 7. Interpretação e análise dos dados obtidos
Karen Vahouny (2009)	Auditoria de comunicação Comunicação Organizacional	Responde as perguntas: 1. Quais são as suas forças de comunicação e o que precisa ser melhorado? 2. Suas mensagens são claramente comunicadas? 3. O que seus clientes pensam dos seus veículos de comunicação? 4. Os seus esforços de relações com a media são bem-sucedidos? 5. Suas comunicações estão diretamente ligadas aos objetivos da sua organização? 6. A sua estrutura de comunicação está alinhada com os objetivos da organização e tem pessoal para fornecer o maior retorno sobre o investimento? 7. Revisão do plano de comunicação e políticas

Autor / Ano	Nomeclatura / Background	Objetivos Principais / Etapas / Fatores a serem analisados
		8. Revisão da estrutura de comunicação e pessoas 9. Análise dos veículos de comunicação 10. Entrevistas com gestores, equipa de comunicação e outros públicos-chave 11. Análise das novas medias 12. Inquéritos com públicos 13. Avaliação dos pontos fortes e fracos

*Citados por Sousa (2006).

Os estudos sobre auditoria de comunicação especificamente para o desporto são poucos e em sua maioria os encontrados na literatura de comunicação organizacional tem o foco na comunicação interna, ou seja, nas políticas, processos e resultados da comunicação para os colaboradores. No universo desportivo sabemos que grande parte das organizações têm um quadro reduzido de colaboradores, muitas vezes a trabalhar apenas com profissionais de forma voluntária ou através dos membros dos conselhos, que movidos pela paixão por aquele desporto ou pela filosofia do movimento olímpico acabam por assumir cargos e tarefas de gestão.

De acordo com Chartock (2008), citado por Stoldt, Miller e Vermillion (2009), a avaliação das relações públicas é uma das tarefas mais desafiadoras e não só no ambiente desportivo, *“the intangible nature of some public relations outcomes and the cost and time involved in engaging in evaluation activities are commonly cited reasons why more attention is not devoted to the task”*.

Vale ressaltar que uma auditoria de comunicação não deve ser algo estático, ou seja, deve ser um processo flexível e adaptável para a realidade e contexto de cada organização e o seu resultado não terá validade para sempre, pois como já se constatou muitas variáveis do processo de comunicação estão em constante mudança, até mesmo pelo dinamismo dos comportamentos humanos frente a uma sociedade cada vez mais preocupada com a informação e a prática desportiva.

Apesar da auditoria de comunicação ser uma excelente ferramenta para análise da comunicação organizacional e ponto de partida para novas ações, observa-se que é preciso torná-la um instrumento mais prático. Fomenta-se assim o seu uso, com o objetivo de obter melhores resultados nas ações de comunicação entre as partes envolvidas.

E para que se tenha sucesso numa auditoria de comunicação torna-se tão importante quanto a escolha das ferramentas de aplicação, é a definição e identificação dos públicos de interesse da organização.

2.5. Públicos-alvo

Os públicos-alvo, públicos de interesse ou ainda por alguns autores chamados de *stakeholders* ou ainda, *targets*, para os profissionais de relações públicas são grupos de pessoas ou entidades que interagem ou deveriam interagir de alguma forma com a organização, de acordo com o nível de relevância e interesse para os seus objetivos.

Mas esse é mais um tema nada simples, pois existem diferentes conceitos e linhas de pensamento dos autores. De acordo com França (2002) “a maior dificuldade em relações públicas é encontrar um conceito de público ao qual se possa aplicar, de maneira lógica, portanto geral, a normas de relacionamento”.

Normalmente os públicos são mapeados de acordo com o grau de dependência, participação e interferência com a organização. Os conceitos mais utilizados são os públicos internos, externos e mistos, ou os públicos diretos e indiretos.

O relacionamento com esses públicos pode ter maior ou menor relevância de acordo com o interesse de ambas as partes, por isso que mapeá-los torna as ações de comunicação mais assertivas. Como “matéria-prima” dos profissionais de relações públicas, a identificação dos públicos é essencial até mesmo para a definição de se são realmente de interesse ou não da organização. Também é importante para poder agrupá-los de acordo com características comuns antes mesmo de avançar para qualquer sugestão de plano de ação.

A definição de um público-alvo pode ser feita através de diversos critérios como o grau de dependência, grau de participação, envolvimento ou vínculo, nível de interferência e influência, localização e assim por diante e ainda assim, não é, mais uma vez, algo estático, pois um público pode ter uma importância ou urgência latente neste momento e que depois de realizada ou controlada já passa a um outro grupo de público dentro dos interesses da organização.

A classificação organizada dos públicos de interesse fará com que o plano de ações de comunicação seja assertivo a ponto de poupar esforços em ações que não são prioridades para a organização num determinado momento e focar no relacionamento estratégico com os públicos de interesse para atingir mais rapidamente os objetivos da organização.

3. Metodologia

Para este trabalho foi escolhido o método de estudo de caso, por ser uma metodologia onde é possível analisar em profundidade uma organização frente aos objetivos do estudo. Segundo Hartley (1995), citado por Godoi (2006), “o estudo de caso tem sido amplamente utilizado na área de comportamento organizacional especialmente quando se quer compreender processos de inovação e mudança organizacional a partir da complexa interação entre as forças internas e o ambiente externo” e Yin (2001), afirma que “a coleta de dados no estudo de caso pode ser feita, principalmente, a partir de seis fontes de evidencia – documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos – que podem ser combinadas de diferentes formas”.

3.1. Opções Metodológicas

Para realizar o estudo de caso a auditoria de comunicação é a ferramenta fundamental dos profissionais de Relações Públicas, para definição dos públicos-alvo, assim como para a análise da efetividade e da eficácia da comunicação das organizações para com os mesmos.

Elegemos a metodologia de auditoria de comunicação de Souza (2006), descrita anteriormente, por ser um dos únicos autores em português, com foco na comunicação global da organização, com roteiros estruturados de inquéritos, para além de ser completo porque, segundo o autor, “numa auditoria de comunicação, todas as atividades comunicacionais e os meios de comunicação devem ser avaliados” (p. 101).

O roteiro é composto por 18 itens que norteiam a recolha de dados, para melhorar a eficácia e eficiência organizacionais, permitindo avaliar as políticas de imagem (se existentes) e a imagem real da organização perante os seus públicos-alvo.

1. **Dados gerais:** setor da atividade, dimensão da organização, organigrama, se existe uma política de comunicação, se existe um responsável pela comunicação ou se recorre a serviço de terceiros.
2. **Mapeamento da comunicação:** descrever as linhas e redes de comunicação formal e informal, internas e externas.
3. **Manual de comunicação organizacional:** se existe um manual de comunicação e suas normas.

4. **Mensagens:** avaliação das mensagens transmitidas, se são claras e pertinentes, excessivas, deficitárias ou adequadas, se estão de acordo com a missão e imagem que a organização quer transmitir.
5. **Meios (dispositivos técnicos) e canais de comunicação:** as mensagens seguem por um canal até os públicos-alvo, por isso, devem-se avaliar os canais de comunicação que estão sendo utilizados e se são os adequados.
6. **Comunicações interpessoais e individuais e celebrações:** verificar a periodicidade de reuniões, se são realizadas comemorações das datas relevantes da organização, se são definidos objetivos claros e regulares aos colaboradores.
7. **Comportamentos e atitudes organizacionais:** tanto comportamentos e atitudes coletivas, quanto individuais são consideradas ações comunicacionais. Saber se existe um porta-voz, um processo para respostas as solicitações, um manual de acolhimento aos mais novos na organização.
8. **Comunicação de marketing:** avaliação das ações com o público externo, presença em eventos, material dos produtos.
9. **Formação (treinamento):** formação no domínio comunicacional para seus colaboradores pode impactar direta e indiretamente a imagem da organização.
10. **Identidade visual:** analisar a identidade visual, que deve estar descrita em um manual, iniciando pela análise do logotipo, elementos que se articulam em torno da identidade visual, verificar se são respeitadas essas normas tanto na comunicação interna como externa.
11. **Inquéritos:** analisar se e quando são realizados inquéritos para os públicos-alvo.
12. **Comunicação com a mídia (assessoria de imprensa):** verificar se a organização tem uma atitude proativa ou reativa em relação aos jornalistas e através de que meios utilizam para se comunicar com esse público.
13. **Comunicação publicitária:** se é feita publicidade ou não e quais razões.
14. **Patrocínio (sponsoring) e mecenato:** verificar se a organização faz patrocínio ou mecenato e em que circunstâncias.
15. **Beneficência:** verificar se a organização ou seus colaboradores participam em ou desenvolvem atividades de beneficência.
16. **Comunicação de crise:** verificar se na organização existe alguma política ou manual para situações de crise e quais são elas.
17. **Sinalética e organização do meio físico:** analisar se existe sinalização adequada dos espaços da organização, assim como decoração dos ambientes de acesso dos colaboradores e para receber visitas.
18. **Fardamento e outros códigos de vestuário:** se existe vestimenta oficial da organização e código de uso e se contribuem para a notoriedade e distinção da organização.

Souza (2006), afirma que para realizar uma auditoria de comunicação os profissionais de relações públicas têm a disposição uma série de técnicas e métodos. Por isso ressalta que “não há um método único, muito menos um único método “certo”, para auditar a comunicação” (p. 118) e que não devem ser aplicados isoladamente, havendo assim uma integração, para melhor aproveitamento dos resultados.

3.2. Participante

Academia Olímpica de Portugal – AOP

Guardião dos princípios fundamentais do olimpismo, o Comité Olímpico Internacional – COI, é o órgão máximo no que tange ao desporto. Tem como missão promover o Olimpismo e dirigir o Movimento Olímpico a nível mundial, através dos seus Comités Olímpicos Nacionais – CONs, da Academia Olímpica Internacional – AOI e suas Academias Olímpicas Nacionais – AONs.

A Academia Olímpica Internacional age como coordenadora das ações realizadas pelas Academias Nacionais, que acabam funcionando como seus amplificadores. Esses programas devem encorajar o envolvimento ativo dos jovens em atividades desportivas e serem úteis para o sistema educacional em diversos países. A AOI também ajuda os CONs a estabelecer as Academias Olímpicas Nacionais, com o objetivo principal de inspirar pessoas, promover a filosofia olímpica e os seus respetivos ideais.

As Academias Olímpicas detêm um papel precioso quanto ao fomento do interesse dos valores olímpicos. Através de programas e campanhas de relações públicas, a comunicação e o relacionamento estratégico com os seus diversos públicos de interesse pode facilitar a educação e o envolvimento, por meio do desporto e, ainda, a difusão dos valores olímpicos, em especial às crianças e aos jovens.

Como uma entidade integrada no COP, a Academia Olímpica de Portugal tem como atribuições, conforme descrito no Artigo 30º dos Estatutos:

1. O estudo, investigação e divulgação do olimpismo, a formação de quadros olímpicos, a organização de cursos nacionais para bolseiros e o concurso de bolseiros à Academia Olímpica internacional.
2. Cabe ainda à AOP a divulgação dos princípios do espírito desportivo entre todos os agentes desportivos e a promoção de ações que visem o seu reconhecimento público.

Com tamanha importância para a divulgação dos valores olímpicos aos atletas, aspirantes e adeptos do universo desportivo em geral, parece ser imprescindível que esta organização tenha a sua comunicação e seus fluxos de comunicação mapeados, assim como um plano de relações públicas estruturado para abranger todos os programas e públicos de interesse.

3.3. Instrumentos de Recolha

Como colocamos acima e afirmado por Souza (2006), técnicas e métodos de auditoria de comunicação devem ser integrados e se complementarem, pois especialmente quando as estruturas das organizações são reduzidas, como é o caso da maioria das organizações desportivas. Por isso, para alcançar os objetivos deste trabalho, no estudo de caso da Academia Olímpica de Portugal, resolvemos trabalhar com dois inquéritos as principais questões relacionadas a estrutura de comunicação atual, sendo um com o Presidente e o segundo com os membros da AOP. Para análise dos outros pontos, conforme metodologia de Souza (2006), foi realizada uma análise dos documentos utilizados desde a posse do atual Conselho Diretivo, entre maio de 2017 até novembro de 2018.



Figura 1: Esquema de Instrumentos de recolha de dados. Fonte: autor.

3.3.1. Inquérito: um dos principais instrumentos das auditorias de comunicação, são pesquisas que visam a recolha de informações através de questionários, que podem ter perguntas abertas, fechadas, pré-formatadas, escala de atitudes, diferencial semântico, perguntas de eleição forçada, e preenchimento de espaços em branco.

Utilizaremos um modelo praticado pelo autor, com pequenas adaptações para o universo a ser estudado, com objetivo de recolher informações mais detalhadas sobre o que pensam os membros da AOP sobre a comunicação atual.

Inquérito aplicado aos Membros (online)

1. Nome (opcional)
2. Sexo
 - a. Feminino
 - b. Masculino
3. Idade
 - a. Menos de 20 anos
 - b. Entre 21 e 30 anos
 - c. Entre 31 e 40 anos
 - d. Entre 41 e 50 anos
 - e. Entre 51 e 60 anos
 - f. Mais de 60 anos
4. Há quanto tempo é membro na AOP?
 - a. Menos de 1 ano
 - b. Entre 1 e 5 anos
 - c. Entre 6 e 10 anos
 - d. Entre 11 e 20 anos
 - e. Entre 21 e 30 anos
 - f. Mais de 30 anos
5. Qual é o seu nível de envolvimento com a AOP?
 - a. Apenas acompanho as ações da AOP pelas notícias.
 - b. Quase não tenho envolvimento atualmente.
 - c. Estou presente nas atividades sempre que posso.
 - d. Faço parte de uma Comissão.
 - e. Sou do Conselho Diretivo.
 - f. Outros
6. Indique entre 1 e 3 momentos de boa comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros.
7. Indique entre 1 e 3 momentos de má comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros
8. Na sua opinião, a forma como a AOP comunica:
 - a. Tem contribuído muito para melhorar o movimento olímpico em Portugal.
 - b. Tem contribuído muito para piorar o movimento olímpico em Portugal.
 - c. Contribui alguma coisa para melhorar ou piorar o movimento olímpico em Portugal.
 - d. Contribui pouca coisa para melhorar ou piorar o movimento olímpico em Portugal.
 - e. Não contribui para melhorar ou piorar o movimento olímpico em Portugal.
9. Qual a principal fonte de informação para obter notícias das AOP?
 - a. Website
 - b. Facebook
 - c. Newsletter
 - d. Circular
 - e. Reuniões AOP

f. Eventos

O que pensa da quantidade de informações que recebe e gostava de receber dos seguintes canais de comunicação?

10. Quantidade de informação que recebe através do canal:

1 – Nenhuma

2 – Pouca

3 – Alguma

4 – Essencial

5 – Demasiada

a. Website

b. Facebook

c. Newsletter

d. Email institucional / Circulares

e. Eventos que a AOP organiza

f. Eventos que a AOP participa

g. Sessão Anual

h. Outros eventos e iniciativas sobre o Movimento Olímpico

11. Quantidade de informação que gostava de obter através do canal:

1 – 2 vez por semana

2 – 1 vez por semana

3 – 1 vez a cada 15 dias

4 – 1 vez por mês

5 – Sempre que houver novidades

a. Website

b. Facebook

c. Newsletter

d. Email institucional / Circulares

e. Eventos que a AOP organiza

f. Eventos que a AOP participa

g. Sessão Anual

h. Outros eventos e iniciativas sobre o Movimento Olímpico

12. Qual a sua opinião geral sobre a comunicação da AOP com os membros? Sugestões, críticas e ideias.

3.3.2. Entrevista em profundidade: outro dos principais instrumentos das auditorias de comunicação, são as entrevistas em profundidade onde é possível extrair informações importantes para as análises, obter detalhes de ideias, experiências, sentimentos, opiniões e comportamento dos entrevistados para com os assuntos pertinentes para a auditoria. Através de um guião, as perguntas são colocadas por tópicos a serem desenvolvidos durante a entrevista.

Utilizaremos para este estudo, o modelo utilizado e sugerido por Souza (2006) para entrevista com o Presidente atual da Academia Olímpica de Portugal, Sr. Tiago Viegas Nunes.

Entrevista com Presidente

1. Descreva suas principais funções como Presidente da Academia Olímpica de Portugal e as qual é o tipo de decisão que toma habitualmente?
2. As decisões no sentido de quais ações serão efetivadas durante a tua gestão pela AOP, tua decisão quanto ao o que se faz as ações para fora do país ou mesmo do internamente por regiões, essas decisões mais estratégicas do que se faz ou o que não se faz em termos de divulgação e promoção dos valores olímpicos pela Academia, em termos de imagem da AOP?
3. Qual é a missão, visão e valores da organização, a AOP tem esses princípios definidos? É uma premissa para todos os membros atuarem sempre sobre esses princípios organizacionais?
4. Em relação aos públicos-alvo ou os públicos de interesse da Academia. Quem são os públicos de interesse que deveriam ter envolvimento com a AOP?
5. No teu ponto de vista quais são os pontos favoráveis e desfavoráveis em relação a comunicação interna, no sentido de fluxo das informações para tomada de decisões, hoje na AOP?
6. Considerando ainda a nível interno, existem regras, formas ou algum meio de comunicação que deveria ser estabelecido, ou modificado, ou até deixado de se utilizado em relação de como se chega essas informações, ou como tu acha que poderia otimizar esse fluxo de informação para que tu tomes decisões mais rápidas no teu dia a dia?
7. E agora em relação a comunicação que é feita pela Academia para os outros públicos, falando de uma comunicação externa, quais são os principais pontos fortes e fracos que tu enxergas hoje?
8. Agora em relação a estratégias e ações que a são feitas ou não na AO, os pontos fortes e fracos.
9. E já que falaste em concorrência, e o Programa de Educação Olímpica do Comité Olímpico de Portugal e o Panathlon? Como consideras esses programas ou instituições frente a missão da AOP?
10. Consideras que tenha alguma estrutura de comunicação formalizada dentro da AOP, ou seja, voltando para aqueles fluxos de comunicação e informação. E a comunicação hoje é considerada mais formal ou informal, porque, e o que poderia ser melhorado em relação a este tipo de comunicação com os públicos?
11. E existe esse cuidado hoje, na comunicação diferenciada com os diferentes públicos, ou não, é uma comunicação mais “tudo para todos” e quem apanhar, apanhou a informação?
12. Como é que vês a AOP contribuindo para a sociedade portuguesa e como a Academia contribui no cenário externo?
13. Existe alguma questão que não foi colocada em relação a comunicação, as estratégias, os públicos, tanto as estratégias de comunicação internas ou externas. O que gostaria ou como tu visualizas a comunicação da Academia para os próximos tempos?
14. Em poucas palavras como tu defines a Academia Olímpica de Portugal? O que tu respondes para pessoas que estão fora do cenário olímpico, em poucas palavras, o que

faz a Academia Olímpica de Portugal? E o qual é a relação da AOP com o Comité Olímpico de Portugal?

15. Se estivesse poderes e pudesse transformar um sonho da AOP em realidade, enquanto promotores dos valores e ideias olímpicos em Portugal, qual seria?
16. Existem objetivos definidos na AOP? Como por exemplo aumentar o número de membros? Ter mais ações?

3.3.3. Análise Documental: de acordo Souza (2006), “a análise documental consiste na análise de documentos em vários suportes (papel, vídeo, arquivos digitais etc) que possam ser úteis à auditoria”. Foram analisados os documentos abaixo e no recorte de tempo de atuação da gestão atual do Conselho Diretivo que tomou posse em Maio de 2017.

1. **Impresso**: Envelope, papel carta, convocatórias, rollups, desdobráveis, certificados.
2. **Online**: assinatura de e-mails, convite para eventos
3. **Institucionais**: Bandeira, pins, pasta, caneta
4. **Vestimenta**: camisa pólo, fato oficial para bolseiros

3.4. Instrumentos de Análise de dados

Para analisar os dados, hoje em dia é possível recorrer a uma série de instrumentos tecnológicos como softwares preparados para analisar quali e quantitativamente um documento de texto ou números de tabelas e estatísticas, permitindo análise mais apurada dos resultados obtidos em diferentes formas de recolha.

Neste estudo escolhemos o software de análise de dados, MAXQDA 2018, tanto categorizar e classificar as respostas abertas dos inquéritos com os membros como da entrevista em profundidade feita com o Presidente.

Para análise quantitativa das respostas dos membros, também foram utilizados os gráficos produzidos pela aplicação Google Forms, que foi desenvolvida para administração de pesquisas *on-line*.

Já para análises feitas no âmbito da presença nas redes sociais, foram utilizados os dados produzidos pelas próprias plataformas, ou seja, Facebook e Google Analytics.

3.5. Procedimento

A realização do inquérito com os membros foi *on-line*, através do Google Forms. Enviámos a todos os membros um *link*, para acesso ao formulário, através do e-mail oficial da AOP, no dia 22 de Agosto de 2018, com um e-mail de reforço enviado no dia 29 de Agosto, solicitando o preenchimento até o dia 31 do mesmo mês.

A entrevista em profundidade foi realizada por telefone, devida a impossibilidade de encontro das agendas entre o Presidente e a autora deste estudo por diversas vezes. A entrevista foi gravada e posteriormente transcrita, conforme pode-se verificar material na íntegra no Anexo II.

A análise documental foi feita inicialmente através do recorte de tempo e recolha dos materiais utilizados e disponibilizados pela organização, conforme apresentação dos resultados e documentos anexos.

4. Apresentação e Discussão de Resultados

Com base na metodologia de Souza (2006), serão apresentados e discutidos os resultados dos 18 tópicos, obtidos durante a recolha de dados através dos instrumentos anteriormente vistos. Vale lembrar que o recorte de tempo feito para este estudo foi do mês de posse da atual gestão, maio de 2017 até o mês de novembro de 2018.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, que segundo Godoi (2006) “é multimétodo por excelência e utiliza variadas fontes de informação”, foram analisados os tópicos pelos diferentes instrumentos de recolha dos dados utilizados, para que pudessem se complementar e tornar a análise mais rica e melhor fundamentada, podendo muitas das vezes, parecer que os resultados de um tópico adentram sobre o aspeto de outro, por estarem sempre muito interligados os assuntos.

1. Dados gerais:

Organização: Academia Olímpica de Portugal

Criação: 4 de dezembro de 1986 – 32 anos

Estrutura Organizacional:

A Academia Olímpica de Portugal (AOP) é uma entidade integrada no Comité Olímpico de Portugal (COP). As entidades integradas têm atribuições estatutárias específicas e estrutura orgânica própria, gozando de autonomia na prossecução das atribuições que lhes são reservadas e de apoio financeiro do COP para as suas atividades.

Regida pelo Regulamento Geral aprovado em Assembleia Plenária realizada em Lisboa no dia 21 de janeiro de 2017, a AOP tem como órgãos a Assembleia Plenária Eletiva e o Conselho Diretivo. A Assembleia Plenária Eletiva é convocada e presidida pelo presidente do COP, reunindo-se no início de cada olimpíada para eleição do Conselho Diretivo. O Conselho Diretivo é composto por sete membros, a eleger na Assembleia Plenária Eletiva para cada olimpíada, sendo constituída por um presidente, dois vice-presidentes, dois vogais e dois suplentes. A AOP elabora o seu plano anual de atividades e o respetivo orçamento, os quais, depois de aprovados pela Comissão Executiva, são dotados com verba própria a inscrever no orçamento do COP.

Atualmente a AOP conta com cerca de 650 a 670 membros, sendo que destes, cerca de 100 tem envolvimento em determinadas ações, tais como nas eleições e ainda,

deste universo reduzido, estima-se que apenas cerca de 30 a 40 membros são ativos nas ações da Academia.

Organograma:

O atual Conselho Diretivo da AOP, foi eleito em processo eleitoral que teve lugar a 27 de abril de 2017, na sede do Comité Olímpico de Portugal. A tomada de posse ocorreu a 4 de maio de 2017, no mesmo local.

Presidente - Tiago Viegas

Vice-Presidente - José Esteves

Vice-Presidente - Gustavo Marcos

Vogal - Marta Lopes

Vogal - Afonso Candeias

Suplente - Susana Feitor

Suplente - Tiago Venâncio

Assessor Geral do Presidente – único colaborador efetivo - Carlos Gomes

2. Mapeamento da comunicação:

De acordo com a análise quantitativa no MAXQDA da entrevista com o presidente, percebe-se que existe uma gestão individualizada e centralizada no presidente da organização, especialmente em relação as tomadas de decisão e no que diz respeito ao relacionamento com os públicos de interesse, muito pela reduzida estrutura organizacional. Foram identificadas seis passagens onde essa análise fica mais claro, quando por exemplo menciona que *“todas as decisões que dizem respeito a gestão diária da Academia Olímpica passam por mim”* e *“todas essas decisões sou eu que as tomo e eu que decido, logicamente tenho o Conselho Diretivo para me apoiar, mas passa sempre por mim a decisão final”*.

Tabela 2: Resultados MaxQDA - entrevista com presidente. Fonte: Autor.

Código	Segmentos codificados de todos os documentos	Autor	Data de criação
Importância dos Membros	3	bibianafarias	07/12/18 21:16
Gestão Individualizada	6	bibianafarias	07/12/18 21:11
Público de interesse	13	bibianafarias	06/12/18 08:47

Também foram citadas 3 vezes a relevância dos membros como principais promotores da missão da AOP. Porém em termos práticos, a maioria das ações realizadas atualmente são voltadas para a construção da imagem institucional nacional e internacionalmente, existindo poucas ações que estimulem de fato o relacionamento da organização com os membros e outros públicos de interesse, conforme gráfico abaixo, extraído do inquérito aplicado online para os membros da organização.

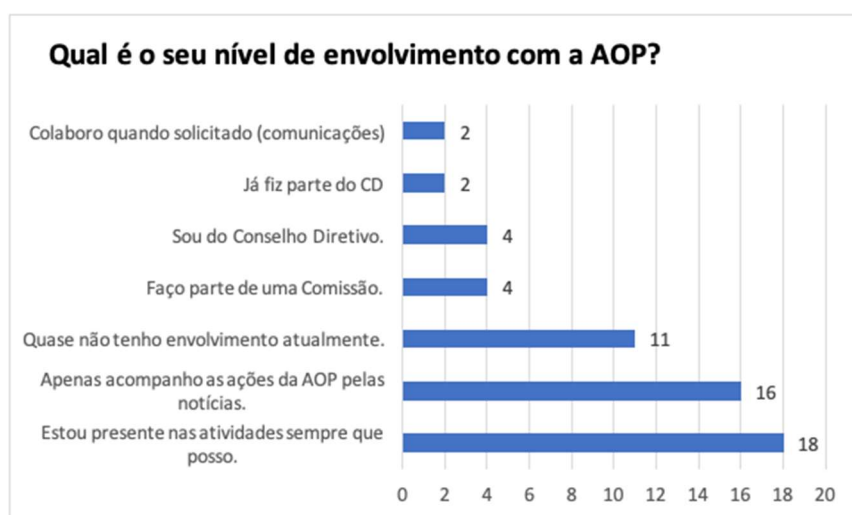


Figura 2: Resultados do inquérito feito com os membros da AOP. Pergunta 5.

Obviamente que a AOP comunica e se comunica. Hoje, trabalha-se diversas frentes com públicos de interesse diferentes, especialmente no cenário internacional, estando o presidente presente e envolvido em diversos eventos, muitas vezes sendo nomeado para a coordenação de grupos de trabalho. Porém na grande maioria das vezes essas atividades são reativas, apenas participando com o apoio institucional nas ações propostas por membros, não atuando na verdadeira missão da organização que, de acordo com o Presidente Tiago Viegas, é motivar as pessoas para que elas façam a promoção e divulgação dos valores e ideais olímpicos.

De acordo com o resultado do inquérito com os membros (gráfico abaixo) percebe-se que estão à espera, ora de conteúdo, ora de ações com que possam se envolver e transmitir as informações para os seus núcleos de relacionamento.

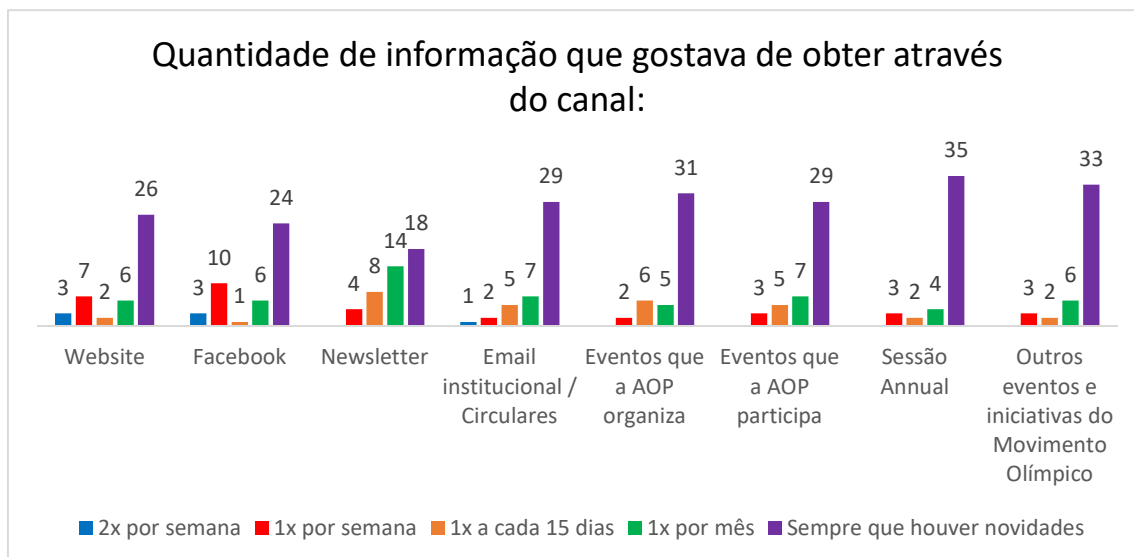


Figura 3: Resultados do inquérito feito com os membros da AOP. Pergunta 11.

Acreditamos que mais do que motivar os membros, é papel da AOP dar-lhes ferramentas de trabalho, mesmo que sejam oportunidades de debate para gestão do conhecimento, através da troca de informações e relacionamento entre eles. De acordo com nossas análises faltam lhes oportunidades, momentos para troca de conhecimento e adquirir novas experiências. A análise quantitativa obtida através do MAXQDA das respostas abertas do inquérito com os membros, traz para as questões:

- Indique entre 1 e 3 momentos de boa comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros, obtivemos dezoito citações sobre a comunicação online desenvolvida através de newsletters, circulares, website e redes sociais, dezoito citações sobre ações de relacionamento presencial como a Sessão Anual, formações e reuniões, e ainda três citações sobre comunicações impressas como revistas e circulares por correio.

- Indique entre 1 e 3 momentos de má comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros, identificamos 7 códigos com ao todo vinte e três citações, relacionadas a: pouca divulgação: 5; redes sociais: 4; falha no fluxo de comunicação, evento presencial, informações atrasadas e poucas informações: 3 citações cada, e ainda sobre a revista impressa, 2.

- Opinião geral sobre a comunicação da AOP com os membros? Sugestões, críticas e ideias, identificamos 4 códigos de acordo com o tipo de resposta obtida, sendo: positiva: 17; neutra: 9; crítica: 6, e sugestões: 9.

Tabela 3: Opinião geral sobre a comunicação da AOP com os membros - MaxQDA. Fonte: Autor

Código	Segmentos codificados de todos os documentos	Autor	Data de criação
Positiva	17	bibianafarias	09/12/18 17:28
Neutra	9	bibianafarias	09/12/18 17:27
Sugestões	9	bibianafarias	09/12/18 17:26
Crítica	6	bibianafarias	09/12/18 17:26

Dentre as sugestões extraímos algumas como forma de exemplificar na prática como os membros estão ávidos por ações que incentivem o relacionamento e envolvimento deles com a AOP: *“desenvolvimento de estratégias e esforços relativamente à comunicação com o exterior na passagem da mensagem da missão e ação da AOP e valores defendidos pelo olimpismo”, “sensibilização dos membros para a sua cooperação e colaboração ativa com a AOP de forma a juntos criarmos estratégias de atuação viradas para o exterior de modo a ter impacto na sociedade”, “recuperar o contacto de muitos Membros” e “maior desafio para o envolvimento dos membros na atividade da AOP”.*

De acordo com Souza (2006), o mapeamento da comunicação deve ser feito em função dos públicos-alvo, na análise realizada através do MAXQDA da entrevista com o Presidente da AOP, foram identificados 13 públicos de interesse, colocados de forma isolada, individualizada, sem agrupamento ou estrutura que facilite a organização e planeamento de ações de comunicação para atingir de forma assertiva seus objetivos.

Os públicos identificados foram: população em geral, membros, crianças, professores, treinadores, atletas olímpicos, Federações, clubes, escola, universidades, Autarquias, Academias Olímpicas de Países de Língua Portuguesa e a Comunicação Social. Para além dos públicos identificados pelo Presidente da AOP, incluímos os parceiros institucionais.

3. Manual de comunicação organizacional:

Como visto no organigrama, são poucos as pessoas na gestão da organização e há pouco mais de um ano, o presidente convidou um membro com formação em Relações Públicas para que estivesse envolvido na comunicação e marketing da AOP, iniciando um processo de mudança em algumas ações.

Essa medida é de extrema importância e vem ao encontro do que Stoldt, Dittmore e Bravold (2012) entendem por relações públicas no desporto, conforme

visto no item 1.3 Importância deste estudo, que tem o objetivo de identificar os principais públicos da organização desportiva, avaliar o envolvimento com estes e promover relacionamentos duradouros, entre as partes, (p.2), através de campanhas executadas para facilitar a concretização dos objetivos da organização.

Atualmente, como dito pelo presidente na entrevista realizada, não existe um processo de comunicação estruturado internamente, pois como são poucos os membros no Conselho Direito, faz-se muito através do email. Em relação a comunicação externa, sempre foi uma parte pouco valorizada pelas gestões anteriores, porém o presidente atual enxerga tamanha importância e tem intenções de torná-la mais pró-ativa em todas as questões. A abertura para este estudo de caso, mostra sinais disto, para além das iniciativas que foram colocadas em prática no ano de 2018 e das que já se tem planeadas para os próximos anos.

Desenvolvido em 2016, o Manual de Normas Gráficas (anexo 7.4) continua em vigor. Por ser um instrumento focado exclusivamente nas normas gráficas traz as definições de utilização e aplicação do logotipo. Para a linha de comunicação e identidade visual, a AOP atualmente não tem nenhuma orientação quanto a criação e o desenvolvimento de peças de comunicação em função dos seus públicos-alvo.

4. Mensagens:

As mensagens analisadas foram as transmitidas através dos canais de comunicação melhor explorados no item 5, porém também levou em consideração a opinião dos membros no inquérito respondido. Vamos utilizar dois exemplos para perceber que a comunicação tem vindo a melhorar, mas ainda precisa de um bom trabalho de planeamento e regularidade na comunicação: *“A AOP tem vindo a desenvolver iniciativas e a reunir esforços para melhorar a comunicação com os membros, está no bom caminho, aliás, a recente integração da newsletter é prova disso”*. E na opinião de outro membro o *“Site apresenta pouca informação. A publicação de notícias e o envio de circulares é demasiado irregular. A AOP não consegue chegar aos principais meios de comunicação para divulgar as iniciativas que desenvolve”*.

Numa comunicação mais formal, institucional e com características mais de promoção, das 11 circulares que foram enviadas em 2018, seis foram para divulgação de eventos, sendo que apenas um era de organização da AOP. Percebe-se que não existe

uma regularidade de envio, pois como por exemplo no mês de setembro saíram quatro circulares e depois a próxima saiu apenas em novembro, conforme temas abaixo.

- Circular 1/2018 – 2/1/2018 - AOI – Seminário de Estudos Olímpicos
- Circular 2/2018 – 3/1/2018 - AOI e Universidade do Peloponeso – Mestrado em Estudos Olímpicos – anúncio
- Circular 3/2018 – 8/3/2018 - AOP retoma newsletter
- Circular 4/2018 – 17/4/2018 - Participação dos membros na Newsletter da AOP
- Circular 5/2018 – 17/7/2018 - Orçamento Participativo Jovem Portugal
- Circular 6/2018 – 18/7/2018 - Condições para inscrição – Universidade Europeia
- Circular 7/2018 – 6/9/2018 – Conferência «Intersexualidade e Transexualidade no Desporto de Alto Rendimento: Onde Está o Limite?»
- Circular 8/2018 – 7/9/2018 – Tertúlia «O legado olímpico de Moniz Pereira»
- Circular 9/2018 – 13/9/2018 - Apresentação do livro «Desporto, Género e Sexualidade»
- Circular 10/2018 – 24/9/2018 - XXIX Sessão Anual e 10.ª Sessão para Membros da AOP
- Circular 11/2018 – 8/11/2018 - Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequerra

No website foram publicadas 41 notícias em 2018, todas sempre ilustradas com imagens ou fotos, trazem um formato mais descontraído às publicações. Com temáticas diversificadas, passando por divulgação de eventos da organização e de terceiros, notícias institucionais, matérias com fatos históricos, publicações com opinião dos membros, conforme os títulos abaixo.

- AOP festeja 32 anos no Lisboa Ginásio Clube
- Sessão Anual concluída em Braga
- AOP lança Prémio David Sequerra 2019
- COB tenciona reativar Academia Olímpica do Brasil
- XXIX Sessão Anual já tem programa
- Manfred Lämmer preside Academias Olímpicas Europeias
- Comitês e academias olímpicas da Europa assinam memorando
- Na opinião de Aníbal Justiniano
- Leonardo Mataruna em Lisboa
- Na opinião de Trovão do Rosário
- A caminho de Luanda-2020
- Membros da AOP poderão beneficiar de descontos na Universidade Europeia
- Atletas olímpicos reunidos em Olímpia
- Na opinião de Custódio Moreno
- Colecionismo 2 - Moeda Olímpica / CARLOS LOPES
- Apontamento histórico 5 - Medalhas polémicas há 70 anos
- Angola vai organizar congresso da APAO de 2020
- Sete lusófonos em Olímpia
- Jogos de Quelfes apresentados em Faro

- Sessão anual discutirá valores na formação dos atletas
- AOP já tem mascote
- Comunicação nas federações não exprime identidade
- Apontamento Histórico 4 - O saltador da volta olímpica
- GARCIA ALVAREZ (1927-2018)
- Apontamento Histórico 3 - O Olímpico diplomata
- Seminário em Viseu discutiu valores e futuro do associativismo no desporto
- Jogos da Antiguidade levados à neve na Covilhã
- Relato de viagem de Marina Guerra, vencedora do Concurso de Imprensa Regional AOP - Prémio David Sequerra 2017
- Apontamento Histórico 2 - Portugueses inscritos nos Jogos de Paris-1900
- Mascotes olímpicas nas Caldas da Rainha em abril
- Apontamento Histórico 1 - Da festa à tragédia em Munique-1972
- Braga vai acolher sessão anual de 2018
- Germano Arroyo representa COP em Olímpia
- PROGRAMA DE PREPARAÇÃO OLÍMPICA APRESENTADO
- Tóquio-2020 terá mascotes high-tech
- COLECIONISMO I
- COI vai levar luz aos refugiados
- CONCURSO PARA BOLSEIROS À AOI 2018
- Schuss, 1968. Meio século de mascotes olímpicas
- Jogos de Quelfes já estão na estrada
- AOI organiza Seminário de Estudos Olímpicos

Os canais Facebook e Newsletter basicamente foram utilizados para transmitir as mesmas informações das circulares e maioritariamente do website, porém de uma forma diferente, sempre com hiperligação ao website, quando caso.

5. Meios (dispositivos técnicos) e canais de comunicação:

5.1 Circulares

Uma das principais formas de transmissão de informação para os membros, as circulares são documentos oficiais e formais enviados por e-mail, pela AOP, a todos os membros sempre que há necessidade de transmitir alguma informação. Na maioria das vezes é um veículo de comunicação apenas informativo, de mão única, ou seja, não permite um diálogo entre a organização e o público-alvo.

Em 2018 foram enviadas 11 circulares, de acordo com os anexos 7.7 e o Relatório de Atividades do respetivo ano.

5.2 Newsletter

No mês de março foi relançada a newsletter como canal de comunicação, com objetivos de tornar mais dinâmico e pró-ativo o fluxo de comunicação, levar informações aos membros e aumentar o fluxo no website.

Foram enviadas 4 edições da newsletter, com as seguintes secções:



Figura 4: Template de Newsletter enviada aos membros e parceiros institucionais.

5.3 Website

O website da AOP passou por uma reestruturação e foi lançado em Setembro de 2016, juntamente do novo logotipo, respeitando o novo conceito da identidade visual, de acordo com o Manual de Normas Gráficas.

Apesar de estar de acordo com os padrões gráficos estipulados pelo manual, em relação ao conteúdo, existem informações institucionais repetidas, e não existe um planeamento nem de conteúdo, nem de periodicidade definidas quanto as publicações de notícias. Muitas vezes são notícias de eventos que já aconteceram, o que torna o canal reativo, podendo assim afetar a imagem da organização, pela falta de conteúdos atrativos para fidelizar o público que acede a este canal.

Como é possível ver no gráfico abaixo, apenas 10,7% dos acessos são de visitantes que retornam, o que ainda pode ser visto pelo lado bom que existe um interesse grande de novos visitantes, ou seja, é uma ferramenta que pode ser explorada de diversas maneiras para ter um melhor desempenho e se tornar um instrumento pró-ativo e essencial de comunicação da Academia Olímpica.

Em termos gerais, e em especial comparativamente ao ano de 2017, mesmo que pouco explorado, a análise dos números é positiva.



Figura 5: Números de acesso ao website no ano de 2018. Fonte: Google Analytics.

Como pode-se ver no gráfico abaixo, o número de utilizadores aumentou consideravelmente em comparação ao ano de 2017, chegando a um aumento de 54,03%.

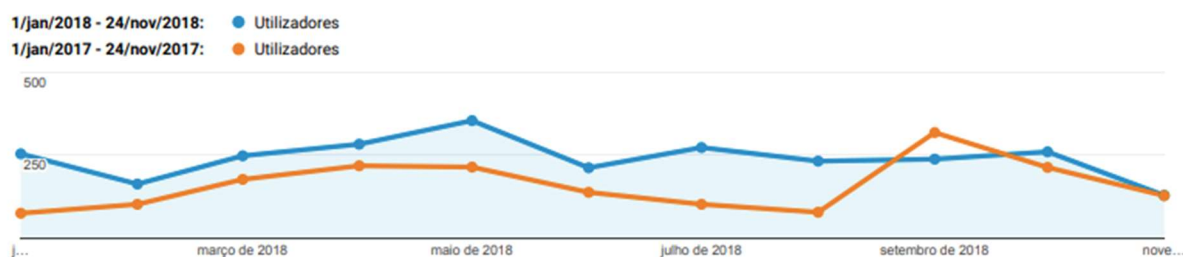


Figura 6: Número de acesso ao website de 2018 x 2017. Fonte: Google Analytics.

Já em termos de número de visualizações de páginas, o aumento foi de 12,39%, especialmente no primeiro semestre, em março e abril, quando foi implementado o novo modelo de newsletter eletrônica, depois em maio não houveram mais essas comunicações, fazendo com que o número de acessos ao website tornasse a diminuir, conforme abaixo.

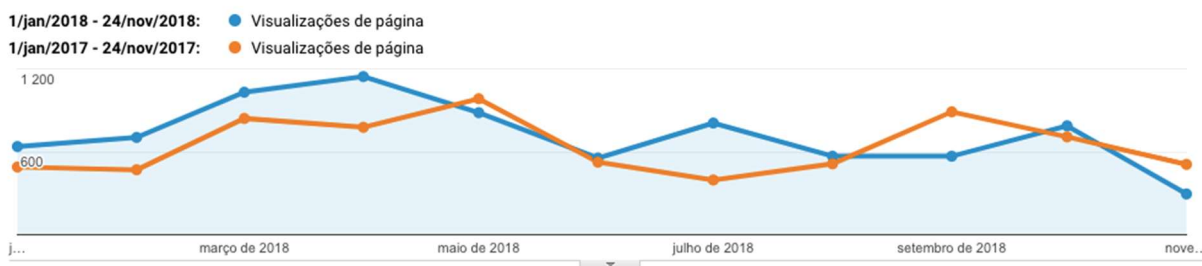


Figura 7: Número de visualizações de página no website de 2018 x 2017. Fonte: Google Analytics.

Esses utilizadores estão distribuídos da seguinte forma:

País	Utilizadores	% Utilizadores
1. Portugal	1 305	54,85%
2. United States	366	15,38%
3. France	273	11,48%
4. Brazil	108	4,54%
5. Cape Verde	50	2,10%
6. (not set)	49	2,06%
7. United Kingdom	30	1,26%
8. Peru	25	1,05%
9. Spain	22	0,92%
10. Germany	19	0,80%

Figura 8: Ranking de países dos utilizadores que acedem ao website. Fonte: Google Analytics.

E ao aprofundar um pouco mais sobre o público que acede ao website dentro de Portugal, temos as 10 principais regiões:

Região ?	Aquisição		
	Utilizadores ? ↓	Novos Utilizadores ?	Sessões ?
	1 305 % do total: 55,09% (2 369)	1 252 % do total: 54,20% (2 310)	2 964 % do total: 72,72% (4 076)
1. Lisbon	713 (51,89%)	652 (52,08%)	2 044 (68,96%)
2. Porto District	170 (12,37%)	153 (12,22%)	206 (6,95%)
3. Setubal	121 (8,81%)	111 (8,87%)	205 (6,92%)
4. Faro District	103 (7,50%)	94 (7,51%)	139 (4,69%)
5. Braga	58 (4,22%)	51 (4,07%)	92 (3,10%)
6. Coimbra District	42 (3,06%)	41 (3,27%)	54 (1,82%)
7. Santarem District	40 (2,91%)	36 (2,88%)	46 (1,55%)
8. Leiria District	26 (1,89%)	25 (2,00%)	30 (1,01%)
9. Evora District	14 (1,02%)	13 (1,04%)	17 (0,57%)
10. Viseu District	12 (0,87%)	10 (0,80%)	33 (1,11%)

Figura 9: Ranking dos concelhos dos utilizadores que acedem ao website. Fonte: Google Analytics.

Para entender o fluxo de comunicação, ou como esses acessos chegam até o website da AOP, e também como as pessoas que chegam até o site através da busca orgânica do que as que vem diretamente, como por exemplo para ler apenas uma notícia, conforme o gráfico abaixo. Isso mostra que com um site mais informações, pode ser mais atrativo para pessoas que tenham interesse nos valores olímpicos e nas ações da AOP.

	Default Channel Grouping	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ?	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		2 369 % do total: 100,00% (2 369)	2 312 % do total: 100,09% (2 310)	4 076 % do total: 100,00% (4 076)	68,33% Média por visualização de propriedade: 68,33% (0,00%)	1,96 Média por visualização de propriedade: 1,96 (0,00%)	00:02:22 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (0,00%)
<input type="checkbox"/>	1. Direct	826 (33,70%)	812 (35,12%)	1 247 (30,59%)	78,03%	1,63	00:01:58
<input type="checkbox"/>	2. Organic Search	685 (27,95%)	642 (27,77%)	1 373 (33,68%)	54,19%	2,53	00:03:10
<input type="checkbox"/>	3. Social	516 (21,05%)	462 (19,98%)	964 (23,65%)	74,90%	1,74	00:02:19
<input type="checkbox"/>	4. Referral	370 (15,10%)	362 (15,66%)	401 (9,84%)	72,07%	1,44	00:00:58
<input type="checkbox"/>	5. Email	51 (2,08%)	31 (1,34%)	88 (2,16%)	61,36%	2,34	00:02:30
<input type="checkbox"/>	6. (Other)	3 (0,12%)	3 (0,13%)	3 (0,07%)	100,00%	1,00	00:00:00

Figura 10: Ranking do fluxo de acesso ao website. Fonte: Google Analytics.

Aqui vale ressaltar a representatividade e importância das publicações no Facebook que representa quase 100% das visitas do item 3. Social da imagem acima sobre os canais de tráfego, porém quando analisamos o item 4. Referencias temos uma baixíssima representatividade do website do Comité Olímpico de Portugal como canal referenciador do website da AOP.

	Rede Social ?	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ?	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		516 % do total: 21,78% (2 369)	462 % do total: 20,00% (2 310)	964 % do total: 23,65% (4 076)	74,90% Média por visualização de propriedade: 68,33% (9,61%)	1,74 Média por visualização de propriedade: 1,96 (-10,95%)	00:02:19 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (-2,13%)
<input type="checkbox"/>	1. Facebook	509 (98,64%)	456 (98,70%)	952 (98,76%)	74,58%	1,75	00:02:21
<input type="checkbox"/>	2. LinkedIn	5 (0,97%)	5 (1,08%)	5 (0,52%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	3. Blogger	1 (0,19%)	0 (0,00%)	6 (0,62%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	4. Twitter	1 (0,19%)	1 (0,22%)	1 (0,10%)	100,00%	1,00	00:00:00

Figura 11: Ranking do fluxo de acesso ao website, através das redes sociais. Fonte: Google Analytics.

<input type="checkbox"/>	Origem ?	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ? ↓	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		370 % do total: 15,62% (2 369)	362 % do total: 15,67% (2 310)	401 % do total: 9,84% (4 076)	72,07% Média por visualização de propriedade: 68,33% (5,48%)	1,44 Média por visualização de propriedade: 1,96 (-26,65%)	00:00:58 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (-59,07%)
<input type="checkbox"/>	11. we-ping-for-youal.info	19 (5,14%)	19 (5,25%)	19 (4,74%)	57,89%	1,42	00:00:22
<input type="checkbox"/>	12. wiscomsolutions.com	19 (5,14%)	19 (5,25%)	19 (4,74%)	47,37%	1,53	00:00:07
<input type="checkbox"/>	13. temzadesign.net	18 (4,86%)	18 (4,97%)	18 (4,49%)	44,44%	1,56	00:01:30
<input type="checkbox"/>	14. agriculturaemar.com	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	15. bestleofferhdd.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	16. getityadsincome.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	17. growthty-hacking.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	18. uptime-eu.net	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	19. comiteolimpicoportugal.pt	9 (2,43%)	9 (2,49%)	9 (2,24%)	22,22%	4,00	00:03:46
<input type="checkbox"/>	20. getde-click.info	9 (2,43%)	9 (2,49%)	9 (2,24%)	100,00%	1,00	00:00:00

Figura 12: Ranking do fluxo de acesso ao website, através das Referências. Fonte: Google Analytics.

5.4 Facebook

Os números e gráficos a seguir mostram que o trabalho feito pela AOP tem sido acompanhado e partilhado, mesmo assim sabe-se que é possível aumentar a visibilidade com ações estratégicas com o objetivo de atingir mais pessoas e levar os valores olímpicos mais longe, e esse será o nosso desafio para 2019.

O total de visualizações do Facebook atingiu o pico mais alto de audiência no dia 27 de Outubro, dia em que houve transmissão online de diversas atividades durante a Sessão Anual em Braga.

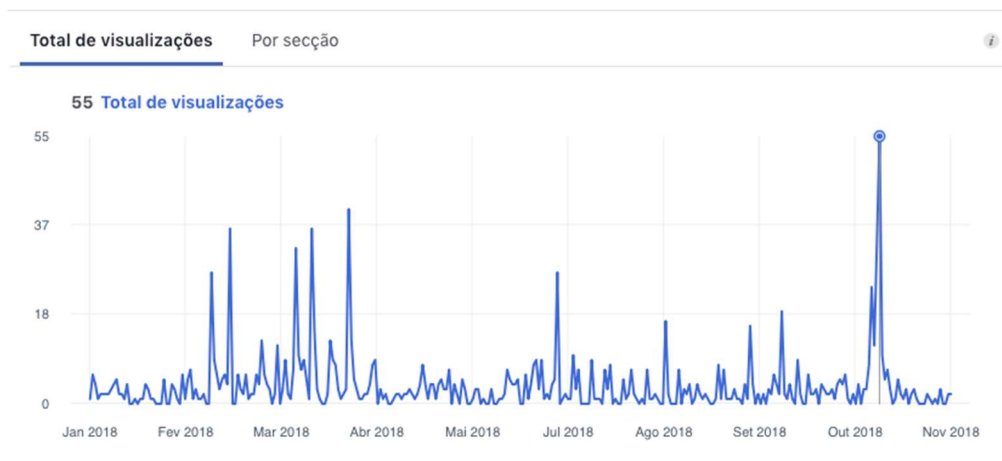


Figura 13: Números de acessos as publicações do Facebook. Fonte: Facebook Analytics.



Figura 14: Números de alcance orgânico das publicações no Facebook. Fonte: Facebook Analytics.



Figura 15: Números de gostos ao perfil do Facebook de 2018 x 2017. Fonte: Facebook Analytics.

A plataforma online Facebook proporciona estudos de comportamento do público atingido, o que facilita e muito no entendimento para o planeamento de futuras ações, conforme as imagens abaixo.

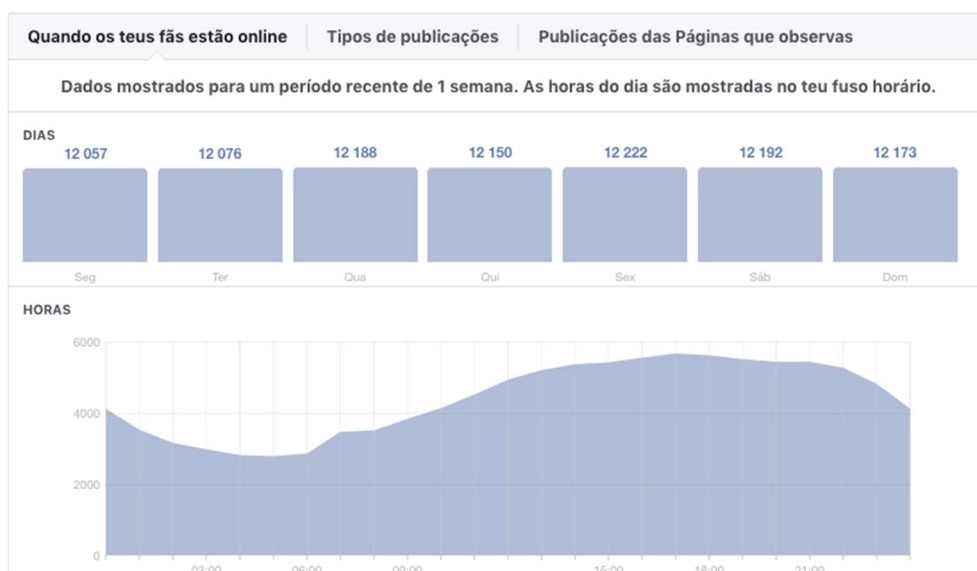


Figura 16: Análise dos dias e horários com mais acesso ao perfil do Facebook. Fonte: Facebook Analytics.

Como é possível analisar na imagem baixo, atualmente utilizar o recurso de publicações em vídeos são estratégias de maior interação e alcance. E a seguir, dois exemplos de publicações que bateram recordes, uma de vídeo, na transmissão ao vivo de um dos painéis na Sessão Anual e a outra, a divulgação da participação do membro AOP na 58ª Sessão da Academia Olímpica Internacional, ambos com os seus respetivos números de alcance, partilha, gostos e visualizações.

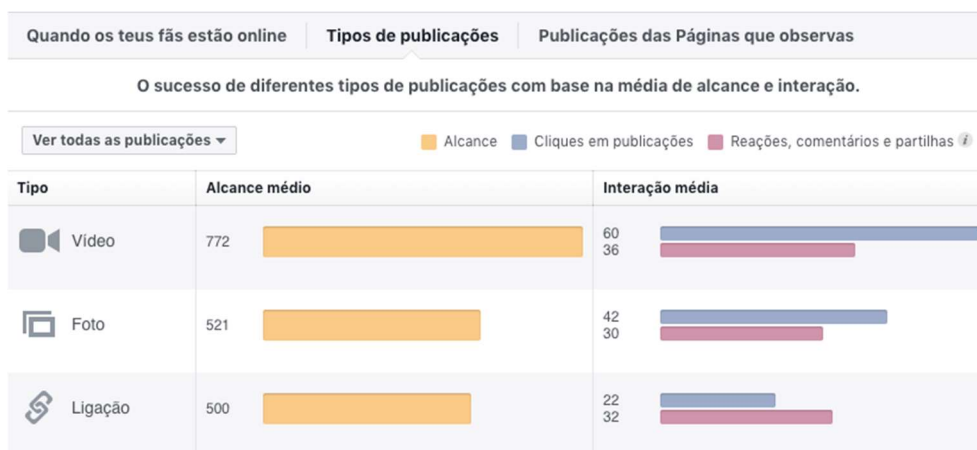


Figura 17: Comparação dos tipos de publicações. Fonte: Facebook Analytics.



Figura 18: Exemplo de publicação com vídeo com mais interação dos utilizadores do Facebook. Fonte: Facebook Analytics.



Figura 19: Exemplo de publicação com mais interação dos utilizadores. Fonte: Facebook Analytics.

6. Comunicações interpessoais e individuais e celebrações:

- Aniversário membros: todos os membros recebem um cartão de aniversário, versão online.
- Reuniões Conselho Diretivo: mensalmente são realizadas reuniões com os membros do Conselho Diretivo para análise e aprovação de propostas, avaliação do ponto de situação das ações correntes, tomada de decisões necessárias para o andamento das atividades da AOP.
- Assembleia Plenária: sempre que necessário, o Conselho Diretivo convoca assembleia plenária. Em 2018 houve uma inovação com a transmissão *online* do evento, via *streaming* através do canal Youtube.
- Sessão Anual: como tradição, todos os anos a AOP organiza um evento que tem caráter de formação aos aspirantes a membros e também de gestão de conhecimento para os membros. O evento já vai na 30.^a edição em 2019, sendo que no formato atual, são organizadas atividades para troca de conhecimento entre o público, através de mesas redondas, grupos de trabalhos, apresentação das iniciativas dos membros e um jogo em formato de *quiz*, para além das palestras com temas diversos a volta do assunto central. Durante todos os momentos dos três dias de evento incentiva-se a integração das pessoas e troca de experiências. Neste ano, assim como na Assembleia Plenária, houve transmissão *online* através do canal Youtube e também do Facebook.
- Aniversário AOP: em dezembro, a AOP comemora o seu aniversário com o objetivo de celebrar mais um ano de realizações e promover mais um momento de convívio e troca de conhecimento entre os membros. Em uma cerimónia formal, tem-se uma preleção sobre o tema no âmbito do movimento olímpico e depois segue com a apresentação dos novos membros, homenagens aos parceiros e agradecimentos. Ao final um bolo está à espera dos convidados para mais um fechamento de ciclo.

7. Comportamentos e atitudes organizacionais:

Percebe-se que a organização apresenta uma atitude de acordo com a gestão que o presidente e seu assessor imprimem no dia a dia das atividades da AOP. Como já visto, o organigrama é bastante reduzido e o encontro de todos para reuniões

acontecem uma vez por mês, ficando toda operacionalização das atividades do dia a dia a cargo de uma pessoa, o assessor do presidente e isso pode trazer atraso, especialmente na área de comunicação, uma vez que este esteja ausente do escritório, por um motivo ou outro.

O porta-voz da organização é o presidente e em caso de não possibilidade de estar presente em algum evento por exemplo, é feito convite a algum membro de acordo com a afinidade e relacionamento com o tema. Para todas solicitações que chegam à Academia Olímpica, é feita uma pré-análise pelo assessor geral que transmite a informação completa ao presidente e este leva ao Conselho Diretivo sempre que veja que é uma proposta a ser analisada em conjunto para tomada de decisão.

Aos mais novos membros da organização, após aprovação em reunião do Conselho Diretivo, envia-se um email ao novo membro e no evento em comemoração ao aniversário da AOP são entregues um diploma e um pin da AOP.

8. Comunicação de marketing:

A AOP atua com o público externo muito através dos seus membros, resultantes de iniciativas externas que buscam parceria com a organização, muitas vindas de indicações dos próprios membros e conforme já visto, transmite uma imagem de organização reativa aos olhos dos membros, como por exemplo essa passagem de um dos membros no inquérito: *“Apesar de nos últimos tempos se terem dado várias mudanças significativas relativamente aos Jogos e ao movimento olímpico, a AOP não tem acompanhado tais acontecimentos da forma que creio ser adequada para uma NOA (National Olympic Academy)”*.

Para além dos eventos que a Academia Olímpica participa enquanto organização parceira, anualmente promove alguns eventos que acabam por ter destaque na agenda de comunicação e participação dos membros.

- Concurso Imprensa Regional: Prémio David Sequerra, está na sexta edição, resultante de colaboração entre a AOP e o CNID – Associação dos Jornalistas de Desporto, tem por objetivo incentivar a publicação de trabalhos de temática olímpica

em órgãos de imprensa regional e dar continuidade ao reconhecimento dos profissionais da área de jornalismo que promovem os valores e ideais olímpicos.

- Exposição Mascotes Olímpicas: designada como “Mascotes Olímpicas. De talismã a símbolos de identidade”, a exposição que foi criada em 2017 e devido ao sucesso teve continuidade em 2018, visitou diversas cidades de norte a sul. A mostra compõe-se de 47 peças, referentes a 25 edições dos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno, desde 1968.

- Materiais de apoio: em relação aos materiais que são utilizados pela AOP nos diversos eventos em que participa ou realiza (anexos 7.8.), até o momento não havia uma diretriz ou alinhamento quanto a criação das peças de acordo com o novo logotipo da organização, desenvolvido em 2016.

9. Formação (treinamento):

Anualmente, a AOP abre concurso para bolsheiros nas formações que existem na Academia Olímpica Internacional. Essas sessões anuais são seminários destinados aos públicos de interesse do movimento olímpico, entre eles jovens, jornalistas, diretores, atletas, educadores e interessados em pós-graduações e educação olímpica. Essas formações não são exclusivamente sobre comunicação, porém tem grande valia para promover os objetivos e missão das Academias Olímpicas por todo o mundo.

Nestes concursos, a AOP incentiva o público-alvo a participarem com a produção de artigos sobre os valores olímpicos e olimpismo, os ganhadores são reconhecidos com uma viagem de estudos com tudo pago, pelo tempo determinado pelo curso em questão.

10. Identidade visual:

O logótipo da AOP sofreu uma evolução significativa nos últimos anos, porém em 2016 ganhou um design mais limpo, simples, porém arrojado. Utilizando-se do acrónimo AOP, transformou e deixou o logotipo mais moderno, sempre acompanhado dos anéis olímpicos, que de acordo com o Manual de Normas Gráficas, pode ser utilizado de diversas formas.

Abaixo a evolução dos logotipos desde a primeira criação.



Figura 20: Evolução dos logótipos da AOP ao longo de 30 anos. Fonte: arquivos AOP.

11. Inquéritos:

No ano de 2018 foi introduzido o inquérito online de satisfação ao final do principal evento da organização, que é a Sessão Anual da AOP.

12. Comunicação com a mídia (assessoria de imprensa):

Existem ações isoladas com a imprensa em ações bastante específicas, nomeadamente para divulgação dos concursos ou eventos realizados pela AOP, porém não existe uma política, plano ou estratégia de comunicação com os medias de forma mais estruturada. Por norma o que acontece atualmente é a produção e envio por e-mail de um texto, vezes com imagens, para um *mailing* de veículos de comunicação.

13. Comunicação publicitária:

Este item não se aplica, pois a AOP não desenvolve nenhum tipo de publicidade.

14. Patrocínio (sponsoring) e mecenato:

Este item não se aplica, pois a AOP não desenvolve nenhum tipo de patrocínio ou mecenato.

15. Beneficência:

Todos os membros da AOP trabalham para a divulgação e promoção dos valores olímpicos de forma voluntária. Por se tratar de uma filosofia de vida, acreditamos que todas as atividades realizadas em prol da Amizade, Excelência e Respeito são de cunho beneficente, pois através de ações, exemplos, ensinamentos ou gestos pautados nos três valores olímpicos, se é possível construir um futuro melhor.

16. Comunicação de crise:

Não existe documento ou manual formal de diretrizes para ações de comunicação numa situação de crise.

17. Sinalética e organização do meio físico:

A AOP está instalada na sede do Comité Olímpico de Portugal, na Travessa da Memória, 36, Belém – Lisboa. A sala destinada a Academia Olímpica é dividida com a Comissão de Atletas Olímpicos – CAO, no lado da AOP estão quadros e fotografias que remetem ao berço do movimento olímpico, Olímpia, na Grécia, conforme fotografia do espaço abaixo.



Figura 21: Foto do escritório AOP, que está instalado no COP. Créditos: Carlos Gomes

18. Fardamento e outros códigos de vestuário:

A AOP envia anualmente bolseiros aos Seminários da Academia Olímpica Internacional a estes, como representantes da organização, são oferecidos um fardamento oficial da organização, conforme os exemplos de vestimenta feminina e

masculina. Não existe um manual de uso, mas pede-se que esta farda seja usada pelo menos nas cerimônias oficiais de abertura e encerramento dos seminários. São parte da vestimenta os itens:

- Feminino: Casaco, lenço (oferecidos pela AOP), camisa branca e saia preta, azul ou cinzenta;
- Masculino: Casaco, gravata (oferecidos pela AOP) camisa branca e calça preta, azul ou cinzenta;



Figura 22: Vestimenta feminina oficial AOP para bolsеiros. Créditos: Ana Bidarra



Figura 23: Vestimenta feminina oficial AOP para bolsеiros. Créditos: Germano Arroyo

Após análise dos resultados apresentados de acordo com a metodologia escolhida pelos autores deste estudo, partimos para apresentação dos resultados e discussão então direcionados para cada um dos objetivos específicos deste trabalho.

1. Identificar e avaliar o processo de comunicação atual da AOP

Na grande maioria das vezes as atividades da AOP são reativas, apenas participando com o apoio institucional nas ações propostas por membros, com uma publicação no website ou Facebook, não havendo uma atuação na verdadeira missão da organização que, de acordo com o presidente Tiago Viegas, é motivar as pessoas para que elas façam a promoção e divulgação dos valores e ideais olímpicos.

Existe um potencial muito grande em termos de concretização da missão da AOP, pela abrangência da sua matéria-prima, os valores olímpicos. É um tema cada vez mais atual, de extrema profundidade e pode ser introduzido em diversas situações do cotidiano das pessoas, sejam crianças, jovens ou adultos.

É preciso que haja envolvimento, relacionamento, confiança e comprometimento não só dos membros e públicos-alvo, mas da AOP para com eles para perpetuação da missão da organização.

Uma etapa fundamental para o sucesso das ações propostas e operacionalizadas pela AOP é o mapeamento destes seus públicos-alvo, diretos e indiretos, para que desta forma seja possível atingir de forma assertiva os resultados.

2. Identificar os públicos de interesse da organização

Com o objetivo de facilitar as estratégias de comunicação organizamos os diversos públicos mencionados pelo presidente da AOP por grupos de interesse e os classificamos como diretos e indiretos, levando em consideração não a importância indiscutível de cada um deles, mas sim o grau de relacionamento com a AOP, como a seguir:

Diretos

- Membros
- Organizações Desportivas: Federações / Clubes
- Instituições de Ensino: Escolas / Universidades
- Autarquias
- Comunicação Social
- Parceiros Institucionais Nacionais: Comité Olímpico de Portugal
- Parceiros Institucionais Internacionais: Academias Olímpicas de Países de Língua Portuguesa

Indiretos

- Crianças
- Professores / Treinadores
- Atletas Olímpicos
- População

Assim foi possível sugerirmos um mapa estruturado por grupos, transformando o público atribuído como direto em agentes na condução e disseminação dos ideais e valores olímpicos, através do grau de influência e relacionamento entre a AOP e estes públicos atribuídos como indiretos, ilustrado no mapa a seguir.

Vale ressaltar que este mapa não é estático e que ainda seja possível complementá-lo com outros públicos ou instituições, consoante as estratégias de relacionamento e comunicação da AOP.

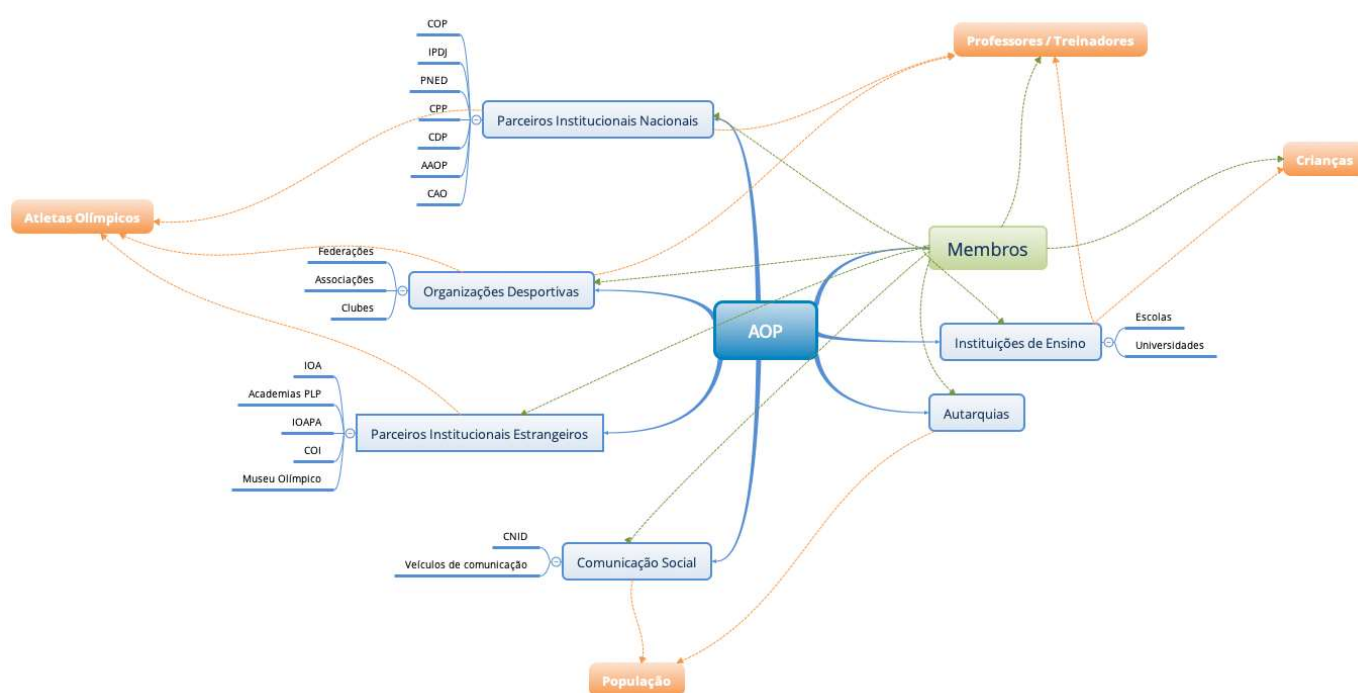


Figura 24: Mapa de Públicos-alvo Diretos e Indiretos da AOP. Fonte: autor.

3. Propor um plano de ações de relações públicas para a AOP

Uma vez definidos os públicos-alvo e seus respectivos graus de relacionamento, se torna mais fácil planear e sugerir um plano de ações que promovam o envolvimento e confiança dos públicos, através de ações de comunicação e divulgação. Para tanto, propomos um planeamento estratégico para o ano de 2019, com o objetivo principal de

estruturar o processo de comunicação entre a AOP e os públicos-alvo, assim organizar e estabelecer um fluxo regular de comunicação, que poderá ser continuado ao longo dos próximos anos, de acordo com os resultados que serão obtidos, ou alterado e ajustado sempre que necessário.

Plano de Relações Públicas AOP

- Programa Estrutura e Comunica

Justificativa: conforme visto no mapeamento do processo de comunicação e todos os materiais analisados na auditoria de comunicação, percebe-se que quando realizada uma ação, a AOP tem resposta dos seus públicos, que ainda pode ser melhorada e otimizada através do planeamento das ações. Percebe-se também que os públicos-alvo, nomeadamente os membros, ainda esperam mais da organização pelo importante papel que ocupa na disseminação e gestão do conhecimento. A AOP tem potencial para se tornar instrumento diário de grande influencia e fonte de informação, uma vez que seus membros têm largo capital intelectual, sendo assim ferramentas indispensáveis na condução dos valores olímpicos a todos os públicos-alvo diretos e indiretos.

Objetivo: estruturar e organizar os canais de comunicação e o conteúdo neles publicados.

Ações:

1. **Identidade Visual:** padronização de todos canais e peças de comunicação utilizadas.
2. **Website:** rever estrutura e organização do conteúdo e propor modificações, planeamento de conteúdo e publicação.
 - a. **Área interna website:** repositório para consulta de documentos internos, avisos, circulares;
 - b. **Banco de projetos:** espaço dedicado aos membros que quiseres partilhar seus projetos e incentivar que outros também os coloquem em prática;
 - c. **Fórum** para troca e gestão de conhecimento e ideias.
3. **Redes sociais:** estruturar e planear conteúdo para o

- a. **Facebook:** fortalecer a utilização;
 - b. **Linkedin:** entrar para essa rede social;
 - c. **Youtube:** incentivar o canal para transmissões ao vivo dos eventos.
- 4. **Newsletter:** retomar o envio das newsletters.
 - 5. **Assessoria de Imprensa:** plano de conteúdo para divulgação aos jornalistas sobre assuntos pertinentes da atualidade envolvendo o movimento olímpico.
 - 6. **Parceiros:** rever a lista de parceiros institucionais e revalidar o que é feito entre as organizações, fortalecer a parceria definindo as ações de cada uma delas e o fluxo de comunicação.

- Programa Forma e Informa

Justificativa: como visto, a estrutura organizacional da AOP é reduzida, porém conta com vozes importantes dentro do movimento de disseminação dos valores olímpicos, através dos seus membros e parceiros. A gestão do conhecimento e conteúdo que cada desses elementos importantes guarda consigo é a chave de sucesso para que o conhecimento seja disseminado e expandido. Propor ações para gerar esse tipo de relacionamento e interação é a maneira que a AOP pode consolidar a sua missão.

Objetivo: incentivar e motivar os públicos-alvo da AOP a se tornarem disseminadores dos valores olímpicos, através da gestão do conhecimento e conteúdo.

Ações:

- 1. **Ciclo de Palestras:** mensal na sede do COP, com participação presencial ou online, para público em geral, atletas olímpicos, organizações desportivas, escolas, autarquias e etc.
- 2. **Grupo de Estudos:** criar grupos de estudos de acordo com as Comissões já existentes, ou não, para gerar envolvimento maior dos membros e novos interessados no movimento olímpico, encontros mensais com participação online ou presencial.
- 3. **Casos de Sucesso:** criar oportunidades para os membros, e não só, produzirem, desenvolverem e partilharem seus casos de sucesso

derivados dos valores e ideais olímpicos através de estratégias de gestão do conhecimento.

Conforme conceito de Berlo (1960) mencionado na revisão de literatura, “a comunicação é um processo dinâmico e contínuo, composto por diferentes variáveis que interagem e seus resultados são determinados por contingências não especificadas”, e de acordo com os resultados apresentados e discutidos neste capítulo, pode-se afirmar que ter a estrutura de comunicação definida, somada a definição dos públicos de interesse das organizações, alinhados em um plano de ações de comunicação que tenham como premissa a gestão do relacionamento entre a organização e seus públicos é um fator de extrema influência para o sucesso e perpetuação da missão de uma organização.

5. Conclusões e Recomendações

Ter os públicos-alvo mapeados e identificados acaba por se tornar a linha mestra que conduz todo o planeamento estratégico de uma organização, e claramente decisivo na definição das estratégias de comunicação e divulgação de cada uma das ações. Por vezes alguns públicos importantes podem estar sendo negligenciados por não terem um grau de relacionamento direto com a organização, mas são de extrema importância na influência e transmissão da mensagem ao público-alvo final, como por exemplo, os pais ou a família dos atletas de uma escola ou federação desportiva.

A comunicação entre uma organização e seus públicos-alvo vai muito além de mensagens ou canais de transmissão de informações, a comunicação também é confiança, relacionamento e envolvimento. E isto se conquista através de uma comunicação eficiente, contínua e regular.

Quando não se tem claro os públicos-alvo, a importância, influência e grau de relacionamento de cada um deles dentro das ações planeadas pelas organizações, dificilmente se obterão resultados para além do mínimo.

Uma comunicação eficiente pode-se dizer que é a comunicação assertiva, na medida certa, com a mensagem certa através do canal certo e isso não é nada fácil nos dias de hoje. Também é preciso saber que nas estratégias de comunicação, poucas ações têm resultado imediato, por norma é a continuidade e regularidade que geram o envolvimento e confiança dos públicos.

Devido ao crescente número de redes sociais e cada vez mais segmentação dos públicos, a definição destes nunca poderá ser algo estático, é preciso estar sempre atento as mudanças de comportamentos na sociedade e ajustar seus planos e programas de comunicação para cada um deles sempre que necessário.

De acordo com os objetivos específicos propostos neste trabalho, concluiu-se:

1. Identificar e avaliar o processo de comunicação atual da AOP;

Como foi constatado pelo próprio presidente da AOP, a comunicação é um ponto a ser melhorado e que nunca se teve muita atenção nas outras. Claramente que a organização comunica e se comunica, mas conforme foi analisado não existe um processo de comunicação estruturado.

Percebe-se que existe uma gestão individualizada e centralizada no presidente da organização, especialmente em relação as tomadas de decisão e no que diz respeito ao relacionamento com os públicos de interesse, muito pela reduzida estrutura organizacional. Isso se apresenta também na operacionalização das ações, que está basicamente concentrada no assessor do presidente, e que este por ventura estiver ausente do escritório, as ações ficam por serem feitas, o que pode afetar o desenvolvimento do plano de ações.

2. Identificar os públicos de interesse da organização;

Foram identificados 13 públicos de interesse, colocados de forma isolada, individualizada, sem agrupamento ou estrutura que facilite a organização e planeamento de ações de comunicação para atingir de forma assertiva seus objetivos.

Os públicos identificados foram: população em geral, membros, crianças, professores, treinadores, atletas olímpicos, Federações, clubes, escola, universidades, Autarquias, Academias Olímpicas de Países de Língua Portuguesa e a Comunicação Social. Para além dos públicos identificados pelo Presidente da AOP, incluímos os parceiros institucionais e sugerimos uma estruturação destes públicos através de um mapa apresentados no capítulo anterior considerando o grau de interesses e os classificamos como diretos e indiretos, levando em consideração não a importância indiscutível de cada um deles, mas sim o grau de relacionamento com a AOP.

3. Propor um plano de ações de relações públicas para a AOP

Uma vez definidos os públicos-alvo e seus respectivos graus de relacionamento, se torna mais fácil planear e sugerir um plano de ações que promovam o envolvimento e confiança dos públicos, através de ações de comunicação e divulgação. Para tanto, propomos um planeamento estratégico, com o objetivo principal de estruturar o processo de comunicação entre a AOP e os públicos-alvo, assim organizar e estabelecer um fluxo regular de comunicação, que poderá ser continuado ao longo dos próximos anos, de acordo com os resultados que serão obtidos, ou alterado e ajustado sempre que necessário.

A Academia Olímpica de Portugal tem grande potencial para desenvolver e transmitir os valores e ideais olímpicos tanto através de ações oriundas da organização,

como também com a motivação dos seus membros e diversos públicos de interesse que podem agir como agentes influenciadores e transformadores da cultura e educação das pessoas. Para isso, é necessário que revejam a estrutura de comunicação, aprofundem a definição dos seus públicos de interesses e desenvolvam ações contínuas de comunicação e, principalmente, que promovam relações de troca, construção e gestão do conhecimento para com todos.

Como recomendações percebemos como uma das limitações deste estudo, que para uma boa análise do processo de comunicação atual, as organizações desportivas não têm um modelo específico de auditoria de comunicação, e nem algum instrumento que lhes auxiliassem na identificação dos públicos-alvo, assim era necessário desenvolver uma nova metodologia de auditoria de comunicação que fosse simples de aplicar e analisar, para se obter resultados mais voltados ao desporto e que pudessem ser comparados com outras organizações desportivas.

Em termos de futuro, seria importante aprofundar o desenvolvimento das ações no Programa de Relações Públicas sugerido e analisar os resultados depois de um ano comparando com o diagnóstico realizado e apresentado neste estudo.

6. Bibliografia

Andrade, R. O. & Amboni, N. (2010). **Estratégias de Gestão**. Rio de Janeiro: Elsevier.

AOP. **Academia Olímpica de Portugal**. Disponível em: <http://www.aop.pt>. Acesso em 16 de Dezembro de 2018.

Costa, A. S. (s/d). **Desporto e Análise social**. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo6671.pdf>. Acesso em 7 de Abril de 2018

COP. **Comité Olímpico de Portugal**. Disponível em: <http://www.comiteolimpicoportugal.pt>. Acesso em 16 de Dezembro de 2018.

Downs, C. W. & Adrian, A. D. (2004). **Assessing Organizational Communication – Strategic Communication Audits**. New York: The Guilford Press.

Duarte, J., Barros, A. – organizadores (2005). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas.

França, F. (2002). **Conceituação lógica de públicos em relações públicas**. São Caetano do Sul: Yendis.

Freitas, C. M. (2000). **O Significado Social do desporto nas classes sociais**. (Tese de doutoramento não publicada). Universidade do Porto, Portugal.

Godoi, C. K, Melo, R. B., Silva, A. B. (2006). **Pesquisas qualitativas em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. Saraiva, São Paulo.

Gómez, S., Opazo, M. & Martí, C. (2007). **Structural Characteristics of Sport Organizations: Main Trends in the Academic Discussion**. Barcelona: IESE - University of Navarra.

Hylton, K., Bramham, P., Jackson, D. & Nesti. M. (2001). ***Sports Development: Policy, Processes and Practice***. Oxon: Routledge.

Hopwood, M., Kitchin, P. & Skinner, J. (2010). ***Sport Public Relations and Communication***. Oxford: Elsevier.

Internacional, C. O. (2012). ***Carta Olímpica***. (A. M. Mestre, & F. S. Lopes, Trans.) Lisboa: Instituto Português do Desporto e Juventude.

IOA. ***International Olympic Academy***. Disponível em: <http://www.ioa.org.gr/>. Acesso em: 16 de Dezembro de 2017.

Journalism & Mass Communication Quarterly; September 2012, Vol. 89 Issue: 3 p549-551, 3p. Disponível em <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077699012452539>. Acesso em 7 de Abril de 2018.

Norman, G. (2007). ***Sport Communication and the Strategic Sport Communication Model (SSCM)***. Em P. M. Pedersen, K. S. Miloch, & P. C. Laucella, Strategic Sport Communication (pp. 73-92). Illinois: Human Kinetics.

Parker, S. (2007). ***Online Sport Communication and the New Sport Media***. Em P. M. Pedersen, K. S. Miloch, & P. C. Laucella, Strategic Sport Communication (pp. 207-235). Illinois: Human Kinetics.

Pedersen, P. M. (2012). ***Reflections on Communication and Sport: On Strategic Communication and Management***. (pp. 55 – 67). Indiana University. Bloomington.

Pedersen, P. M. (2013). ***Routledge Handbook of Sport Communication***. Abingdon: Routledge.

Pedersen, P. M.; Miloch, K. S. & Laucella, P. C. (2007). ***Strategic Sport Communication***. Illinois: Human Kinetics.

PRSA. ***Public Relation Society Association***. Disponível em: <https://www.prsa.org/all-about-pr/>. Acesso em 10 de Março de 2018.

Serpa, V. (2017). ***A Ideologia Olímpica. Lisboa***: Academia Olímpica de Portugal.

Silva, A. B., Godoi, C. K. e Mello, R. – organizadores (2006). ***Pesquisa qualitativas em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos***. São Paulo: Saraiva.

Slack, T., & Parent, M. M. (2006). ***Understanding Sport Organizations - The Application of Organization Theory*** (Segunda Edição ed.). Illinois: Human Kinetics.

Smith, K. (s/d). ***Ten steps for conducting a communications audit***. UrbanWordsGroup. Disponível em <http://www.urbanwordsgroup.com/tensteps.pdf>. Acesso em 10 de março de 2018.

SOUSA, J. P. (2003). ***Planeamento da comunicação (na perspectiva das relações públicas)***. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-planeamento-comunicacao.pdf> Acesso em 10 de Março de 2018.

Sousa, A. M. (2012). ***O papel e uso social das casas do Benfica para o seu desenvolvimento enquanto organização desportiva*** - VII Congresso Português de Sociologia – Sociedade Crise e Reconfigurações - 19 a 22 de Junho de 2012 – Universidade do Porto.

Sousa, P. J. (2006). ***A auditoria da Comunicação organizacional na perspectiva das Relações Públicas***. Em: CESCA, Cleusa. Z. Gimenez (org). *Relações Públicas e suas interfaces*. (pp. 89 – 146). São Paulo: Summus.

Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., & Bravold, S. E. (2012). ***Sport Public Relations Managing Stekeholder Communication*** (Segunda Edição ed.). Illinois: Human Kinetics.

Stoldt, G. C., Miller, L. K., & Vermillion, M. (2009). ***Public Relations Evalution in Sport: Views From the Field***. Em: International Journal of Sport Communication – 2009, 2, pp. 223-239. Illinois: Human Kinetics.

Taylor, P. (2012). ***Approaches to Managing Perfomance in Sport Organizations***. Em L. Robinson, P. Chelladurai, G. Bodet, & P. Downward, Routledge Handbook of Sport Management (pp. 69 - 85). Abingdon: Routledge.

UNESCO. (s.d.). ***Carta Internacional UNESCO***. Disponível em: <http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/CartaInternacionalUNESCO.pdf>. Acesso em 16 de Dezembro de 2017.

Waters, R. D. (2013). ***Applying Public Relations Theory to Increase the Understanding of Sport Communication***. Em P. M. Pedersen, Routledge Handbook of Sport Communication (pp. 66-74). Abingdon: Routledge.

7. Anexos

7.1. Entrevista com Presidente AOP - Tiago Viegas

Transcrição da Entrevista Realizada via Whatsapp com o Sr. Presidente da Academia Olímpica de Portugal – Tiago Nunes Viegas – no dia 22 de novembro de 2018

BF: Descreva suas principais funções como Presidente da Academia Olímpica de Portugal e as qual é o tipo de decisão que toma habitualmente?

TV: Todas as decisões que dizem respeito a gestão diária da Academia Olímpica passam por mim, o objetivo é tentar que as pessoas tenham alguma liberdade e com isso eu possa não ter que estar em todas as decisões, mas previamente há uma conversa exploratória que as pessoas sabem até onde podem ir, mas essa responsabilidade é sempre minha. Como membro da Direção eu sou também representante da Comissão Executiva e do Conselho Nacional do Desporto, portanto tenho decisões a esse nível. Podes ser um pouco mais específica? O que queres saber quando fala em decisões?

BF: As decisões no sentido de quais ações serão efetivadas durante a tua gestão pela AOP, tua decisão quanto ao o que se faz as ações para fora do país ou mesmo do internamente por regiões, essas decisões mais estratégicas do que se faz ou o que não se faz em termos de divulgação e promoção dos valores olímpicos pela Academia, em termos de imagem da AOP?

TV: Quando me candidatei, tinha algumas ações para desenvolver durante esse mandato, que é um ciclo olímpico, que são quatro anos. Logicamente que depois nós vamos ajustando anualmente cada plano de atividades, vamos ajustando esse caminho, no sentido de conseguir concretizar essas atividades e adequar algumas, porque há algumas atividades que, eu me recordo que uma das atividades das premissas de quando eu me candidatei era a criação da Academia Olímpica de Macau e hoje em dia não vejo isso como uma prioridade, portanto, todas essas decisões sou eu que as tomo e eu que decido, logicamente tenho o Conselho Diretivo para me apoiar, mas passa sempre por mim a decisão final.

BF: Qual é a missão, visão e valores da organização, a AOP tem esses princípios definidos? É uma premissa para todos os membros atuarem sempre sobre esses princípios organizacionais?

TV: A missão da AOP é a promoção e a divulgação dos valores e dos ideais olímpicos no território nacional, portanto a minha função é concretizar essa missão, através de algumas atividades chegar junto da população nesta promoção e divulgação dos valores e ideais olímpicos. Não há nada escrito no Comité Olímpico Internacional, ou onde quer que seja, que tenham que existir membros, ok? Nós em Portugal optamos por essa situação, temos membros, eu creio que somos a única Academia no mundo que tem membros como nós, portanto não há nada escrito que diga as pessoas tenham

que atuar daquela maneira ou da outra maneira. A estratégia que foi encontrada pela AOP foi a de ter membros e que estes membros após irem a uma Sessão pudessem ver quais eram as dinâmicas e logicamente sempre apoiadas pelo Conselho Diretivo pudessem entrosar nesse caminho, promover e mostrar a importância dos valores olímpicos, mas não só nos jovens e no desporto, mas no dia a dia. Portanto é nossa missão é precisamente essa, é motivar as pessoas para que elas possam fazer essa promoção, porque não sou só eu Tiago ou tu Bibiana sozinhos que vamos andar com uma bandeira do que havemos de fazer, ou façam isso, ou valores são importantes por isso ou por aqui, não, não conseguimos, não chegamos a todo lado e ficaríamos maluquinhos, por isso é necessário que existam esses membros que estão próximos as pessoas e vão passando essas informações.

Do ponto de vista internacional, existe também movimentação como é lógico, existe a Academia Olímpica Internacional, que reúne todas as Academias Olímpicas no mundo. No nosso caso em concreto estamos associados também a Academia Olímpica Espano Ibéricas que são que as Academias Olímpicas de língua oficial portuguesa ou espanhola e recentemente foi criada a Academia Olímpica Européia, que como o nome diz, com todas as AO Européias. Na Européias ainda é muito recente, ainda não se sabe bem como é que aquilo vai funcionar e nas Espano-ibéricas, o presidente da AOP que sou eu, também sou o Coordenador das AO de língua oficial portuguesa, o que faz aqui também tenha um papel de motivacional e de dinamização de responsabilidade das AO que falam português.

BF: Em relação aos públicos-alvo ou os públicos de interesse da Academia. Quem são os públicos de interesse que deveriam ter envolvimento com a AOP?

TV: Nós quando falamos em público-alvo ou de interesse, eu não tenho público-alvo ou de interesse porque pra mim todas as pessoas são interessantes, logicamente temos que ter uma estratégia de atuação e tentar ver quais são os públicos que nos permitem alcançar mais pessoas. E aí logicamente temos as crianças em idade escolar, porque são crianças que absorvem o que lhes é dito, não tem ainda concessionado os seus valores ou estão em fase de formulação de valores, portanto é importante que lhes passe. Claro que logicamente também temos todas as pessoas que atuam com crianças, os professores, treinadores, portanto acabam sendo os ditos públicos-alvo, os nossos públicos de interesse. Depois temos aqui uma vertente, e também é uma aposta grande que estamos a fazer nos atletas olímpicos. E porque os atletas olímpicos? Os atletas olímpicos acabam por ser depois aquelas pessoas que são idolatradas pelos outros atletas e através dos olímpicos nós conseguimos chegar a eles, e são pessoas que através dos seus feitos extraordinários também motivam os comuns dos mortais, que também não é atleta, não é professor, não é treinador, que não tem filhos ou que tem filhos, e, portanto, através deles conseguimos atingir quase que a população inteira.

BF: No teu ponto de vista quais são os pontos favoráveis e desfavoráveis em relação a comunicação interna, no sentido de fluxo das informações para tomada de decisões, hoje na AOP?

TV: É assim, a comunicação pra mim, é um aspeto muito importante, é um aspeto que durante muitos anos não foi nem se quer tido em conta, ninguém ligava. Portanto é um aspeto negativo essa tradição passiva relativamente a comunicação, mas logicamente, como eu disse, é um aspeto que eu dou bastante importância. A informação quando me chega, eu tenho um assessor, que é o Carlos, que é um funcionário que está única e especificamente para o presidente, se bem que toda a gente pode utilizar-se dele, salvo seja e salvo a expressão, ele está a disposição de toda a gente, porque o presidente atual assim o entende, mas ele é um assessor do presidente. E o que Carlos faz? O Carlos compila toda a informação e quando me envia vem como se fosse um processo já com toda a informação que é necessária. Nós recebemos dezenas e dezenas de emails com ações que depois se traduzem em situações internas, temos que filtrar o que interessa para depois divulgar em nível interno. Agora eu não tenho nenhum problema na informação interna, chega-me a mim com facilidade, não é?! E depois muitas informações partem de mim para os outros dirigentes.

BF: Considerando ainda a nível interno, existem regras, formas ou algum meio de comunicação que deveria ser estabelecido, ou modificado, ou até deixado de se utilizado em relação de como se chega essas informações, ou como tu acha que poderia otimizar esse fluxo de informação para que tu tomes decisões mais rápidas no teu dia a dia?

TV: Relativamente ao Conselho Diretivo, como havia dito, o Carlos centraliza toda a informação e envia pra mim, e depois ou via Carlos ou minha, aqui não há nada institucionalizado que tenha que ser de uma maneira ou de outra, que reencaminha para as outras pessoas do Conselho Diretivo que eu acho que tenham que estar envolvidas, for pra todas envia pra todas, se for algo específico envia para essa pessoa. Portanto funcionamos assim, somos só cinco pessoas, mais dois suplentes e mais uma coordenadora de comunicação e marketing, portanto somos poucas pessoas e não é difícil fazer chegar a informação a todos. Normalmente, na grande maioria, diria 90% que as pessoas do Conselho Diretivo respondem bastante rápido e consegue-se chegar a uma decisão muito rapidamente.

BF: E agora em relação a comunicação que é feita pela Academia para os outros públicos, falando de uma comunicação externa, quais são os principais pontos fortes e fracos que tu enxergas hoje?

TV: Relativamente aos pontos fracos, infelizmente estamos a falar de valores, que é a nossa matéria, e os valores não são tão fáceis de vender como as coisas materiais, portanto eu acho que aí é um ponto fraco, não dos valores em si, mas a importância que as pessoas dão aos valores. O ponto forte é o facto da AO ser um órgão do Comité Olímpico e o CO é um órgão respeitado a nível nacional quer no panorama desportivo, quer em todos os panoramas, e as comunicações que nós fazemos acabam por ter sempre peso também derivado a isso.

BF: Agora em relação a estratégias e ações que a são feitas ou não na AO, os pontos fortes e fracos.

TV: É assim, até muito pouco tempo, a única coisa que havia de contacto com os membros era através de circulares, portanto era o único instrumento que nós tínhamos, atualmente da se uma enfase muito grande também a parte da imagem, a parte do website, da página oficial e do Facebook, no caso das redes sociais, se bem que muito brevemente deveremos ter que optar por mais alguma rede social. Relativamente ao que se vai fazer, vamos criar uma mascote, portanto é uma ferramenta que é importante no nível da comunicação através da imagem pretendemos com isso através dos nossos grupos de influência chegar mais facilmente aos nossos targets, com isso também conseguir algum merchandising portanto que nos dá uma imagem, que até hoje nunca foi utilizado, logicamente que este merchandising não tem como objetivo lucro financeiro, mas sim o de as pessoas ter, nesse caso da mascote, um boneco que simboliza os valores da Academia e os valores olímpicos. Relativamente ainda e voltando atrás, aos membros, implementamos também os inquéritos de satisfação, é mais um instrumento que temos para poder medir o grau de satisfação das pessoas, e logicamente, ver se o nosso trabalho está a ir de acordo com as pretensões deles, portanto temos algumas séries de iniciativas, além dos press releases que é algo que vamos começar a utilizar em 2019 e com isso fazer com que a nossa informação chegue aos grupos de comunicação social com mais assiduidade. Portanto temos aqui uma série de mecanismos e meios que estamos a utilizar atualmente.

Logicamente no nosso raio de ação, não temos concorrência direta, ou seja, a nossa concorrência são as playstations, a televisão, é esse tipo de concorrência, não temos nenhum tipo de instituição que faça o mesmo que nós. Existe o PNED, que é da Secretaria de Estado do Desporto e Juventude que tem um pouco da nossa missão, mas não de valores olímpicos, mais relacionado com a ética. Mas não é uma concorrência, quer dizer, é um organismo a atuar neste meio, acaba que por aí não precisamos ser tão furiosos como determinadas instituições tem de ser para ter que vender o seu produto.

BF: E já que falaste em concorrência, e o Programa de Educação Olímpica do Comité Olímpico de Portugal e o Panathlon? Como consideras esses programas ou instituições frente a missão da AOP?

TV: Relativamente ao Panathlon, eu não considero que seja a mesma coisa, o Panathlon é um clube fechado, dito elitista, que tem como missão falar sobre a ética, eu sei que eles já fizeram algumas poucas ações com crianças, mas eu não considero o Panathlon uma ameaça, ou algo parecido que seja, porque é muito fechado, eles reúnem entre o grupo uma quinta-feira por mês, almoçam e debatem sobre um determinado assunto é um bocadinho diferente. Relativamente ao Programa de Educação Olímpica, não concordando na íntegra do Programa, não considero uma concorrência porque está a trabalhar com o mesmo objetivo, ou seja, na divulgação dos ideais olímpicos.

Eu sentiria qualquer uma dessas instituições como sendo concorrência se me tirassem mercado, entre aspas, se me retirassem pessoas, mas não, quer dizer, eu interpreto alguém que vai falar sobre valores, tem uma missão tão nobre quanto a da Academia Olímpica de Portugal, e não posso considerar isso uma ameaça.

BF: Consideras que tenha alguma estrutura de comunicação formalizada dentro da AOP, ou seja, voltando para aqueles fluxos de comunicação e informação. E a comunicação hoje é considerada mais formal ou informal, porque, e o que poderia ser melhorado em relação a este tipo de comunicação com os públicos?

TV: Sabes que a AO, os nossos membros, ou as instituições fora são muito diversificados, nós temos membros que é o Senhor Professor Catedrático ou o membro que é o estudante, ou o membro que é político, ou o membro que é médico, que é professor, que está desempregado, portanto temos aqui uma grande diversidade de públicos. Relativamente ao externo, temos instituições que são mais formais como é o caso da Secretaria de Estados ou uma Federação e depois temos alguns clubes, algumas escolas e podemos ter aqui outro tipo de autarquias, outro tipo de abordagem, portanto não existe nada estruturado no papel que diz que temos que fazer assim ou assado, mas temos esse cuidado mediante a esses públicos que estamos a contactar. O que se podia fazer, e há sempre muita coisa a se fazer e tu és a pessoa que está a nos ajudar, portanto tu aí é capaz de já ter ideia de alguma coisa que eu ainda não tenha.

Depois temos aqui ainda outra questão que é a faixa etária, nós apanhamos públicos desde as escolas, os alunos do 1º ciclo, 2º ciclo – 5/6 anos, até as universidades ou até já os reformados, portanto depois temos aqui pessoas que utilizam muito bem as redes sociais, temos pessoas que não utilizam, pessoas que não utilizam email que preferem o contacto visual e não se importam de vir, to a me lembrar de um caso de membros do norte que veem as nossas reuniões porque preferem falar e estar cara a cara, portanto tem que haver aqui um cuidado com todos esses aspetos.

BF: E existe esse cuidado hoje, na comunicação diferenciada com os diferentes públicos, ou não, é uma comunicação mais “tudo para todos” e quem apanhar, apanhou a informação?

TV: É assim, existe esse cuidado, não quero dizer com isso que funciona na perfeição, existe esse cuidado, eu quando vou falar a uma escola de crianças falo de uma maneira diferente do que quando vou a uma universidade, e quando nós fazemos conteúdos para crianças temos outro cuidado, outra linguagem que não temos com adultos. Agora que se isto funciona na perfeição, admito que não funciona, não é?! Portanto, mas existe.

BF: Como é que vês a AOP contribuindo para a sociedade portuguesa e como a Academia contribui no cenário externo?

TV: É assim, uma instituição quando é respeitada, é o caso da Academia Olímpica é respeitada pelo trabalho que faz e pelas pessoas que a constituem. Logo aí tem que haver um trabalho se não, não seria respeitada. Relativamente ao estrangeiro, o nosso enfoque é mais importante nas Academias Olímpicas que falam português, já contribuímos para a criação da Academia Olímpica de Cabo Verde que não existia, estamos a trabalhar muito forte para o restabelecimento da Academia Olímpica do Brasil, estou também em contatos para voltarmos a termos a Academia Olímpica de São

Tomé e Príncipe, portanto a AOP tem dado um contributo muito muito grande na criação de Academias Olímpicas em países onde elas não existiam. No passado a AO também contribuiu muito e de uma forma muito séria com os países africanos no envio de pessoas para dar palestras e formações relacionadas com o Olimpismo. Em Portugal o contributo é feito através de ações que nós fazemos de divulgações e preleções, do trabalho que tem sido desenvolvido através das exposições que vamos fazendo, com as escolas, com as professoras, com os atletas, portanto temos feito um trabalho extenso, que nunca vai acabar, que está sempre incompleto, que tenho noção que poderia sempre ser feito melhor, mas temos dado os nossos contributos, logicamente.

BF: Existe alguma questão que não foi colocada em relação a comunicação, as estratégias, os públicos, tanto as estratégias de comunicação internas ou externas. O que gostaria ou como tu visualizas a comunicação da Academia para os próximos tempos?

TV: Relativamente a comunicação interna, Conselho Diretivo, não vejo que haja necessidade de haver alguma alteração, porque através do email nós conseguimos rapidamente chegar uns aos outros e devido ao número reduzido de pessoas que compõem o CD é bastante fácil. Relativamente aos membros, a comunicação pressupõe um diálogo, que hajam perguntas, que estimulem respostas da outra parte, um dos problemas efetivamente que nós notamos é que nós enviamos informações e depois o feedback que temos é bastante reduzido. Nós temos um panorama de cerca de 650 a 670 membros e eu diria que apenas 100 são pessoas que veem e respondem as nossas informações, sendo que a volta de 30 ou 40 serão aqueles são mais ativos, e depois temos mais um grupo que sabemos que veem as informações, mas que não dão qualquer feedback. Portanto, aí deveria haver aí algum mecanismo, mas a doutora Bibiana poderá nos dar uma ajuda, que mecanismos poderemos ter para os ativar.

Quando me refiro a 100 pessoas ativas, são números das eleições, não das últimas eleições, mas das anteriores, o número de pessoas que foram mobilizadas e responderam positivamente, portanto acredito que seja o número aproximado de pessoas que vão compoendo a vida da Academia Olímpica.

BF: Em poucas palavras como tu defines a Academia Olímpica de Portugal? O que tu respondes para pessoas que estão fora do cenário olímpico, em poucas palavras, o que faz a Academia Olímpica de Portugal? E o qual é a relação da AOP com o Comité Olímpico de Portugal?

A Academia Olímpica de Portugal é uma entidade integrada ao Comité Olímpico, quer dizer que, o Presidente da AOP tem acento na Comissão Executiva do Comité Olímpico, que é a entidade que gere o CO. A AO tem como missão a promoção e a divulgação do ideais e valores olímpicos, tendo por base a filosofia que está adjacente ao olimpismo, definido por Pierre de Coubertin.

BF: Se estivesses poderes e pudesse transformar um sonho da AOP em realidade, enquanto promotores dos valores e ideias olímpicos em Portugal, qual seria?

Se eu tivesse poderes, o que eu faria era que em todos os anos do ensino básico e preparatório, existisse uma disciplina só sobre o olimpismo, sobre a importância dos valores do olimpismo para a vida, não só para os atletas, como é lógico, mas para a vida dos cidadãos no seu dia-a-dia.

BF: Existem objetivos definidos na AOP? Como por exemplo aumentar o número de membros? Ter mais ações?

Durante muitos anos, houve o objetivo de se aumentar o número de membros significativamente, isso levou a termos atualmente 650 a 670 membros, entretanto conseguiu se ver que quantidade não é qualidade, portanto o aumentar os membros sim, mas sempre com pés e com cabeças, quero com isso dizer que os membros têm que ser quase que escolhidos para não correremos o risco de dizer que temos muito, mas depois não termos nada. Portanto os objetivos é ir aumentando progressivamente a medida que as pessoas vão mostrando interesse em ser membro da AOP. Logicamente que um dos objetivos em termos de membros é que consigamos fazer mais ações através desses mesmos membros.

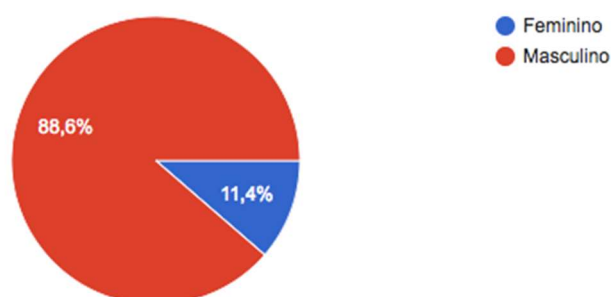
7.2. Inquérito online com membros AOP

ANEXO III

Inquérito online para os membros da AOP Realização entre 22 e 31 de Agosto de 2018

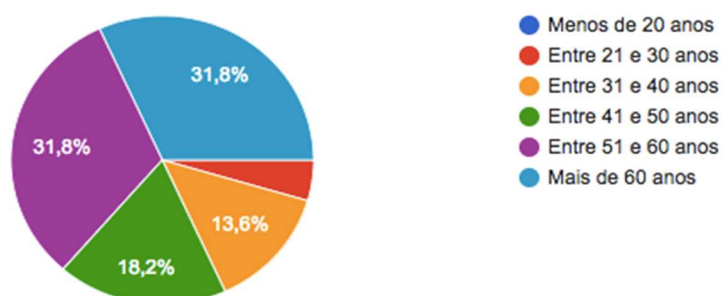
Sexo

44 respostas



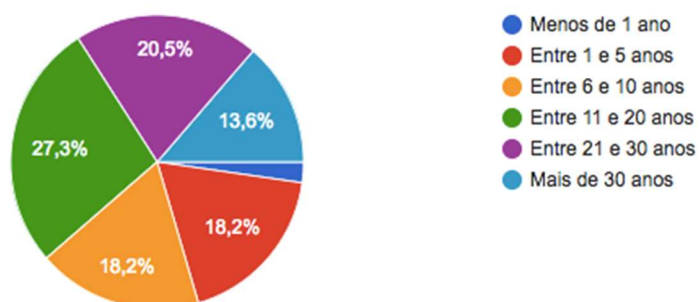
Idade?

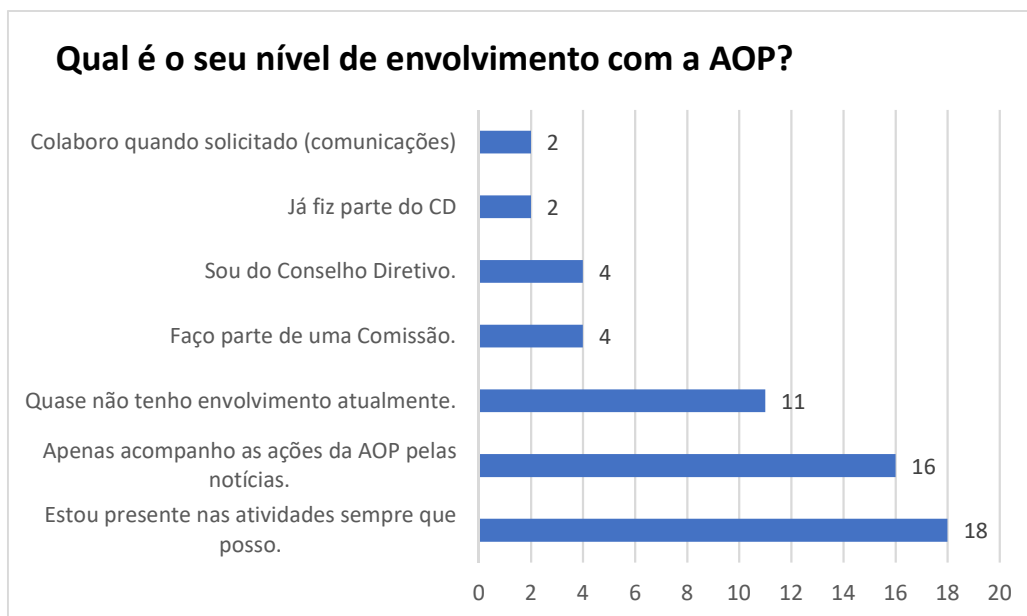
44 respostas



Há quanto tempo é membro na AOP?

44 respostas





Indique entre 1 e 3 momentos de boa comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros.

Nas ocasiões em que divulga informação sobre iniciativas de interesse para os membros. Quando disponibiliza informação para além do fio quotidiano (por exemplo, sobre história olímpica).

Reuniões anuais (6)

Formação em Setúbal

Através da divulgação de circulares sobre assuntos prementes do momento.

Contactos por email com muita informação

Atividades a desenvolver

Newsletter (5)

Sessão anual, acções de formação e seminários

Revista impressa (já faz muitos anos) e circular por email.

Comunicações relativas aos Corpos Sociais, às atividades mais marcantes do movimento olímpico internacional e nacional. Transmissão de informações sobre o movimento olímpico, internacional e nacional e sobre os Corpos Sociais da AOP

Informação prestando relatórios balanço nas Sessões da AOP.

CIDEO 2016 /// XXVII Sessão Membros (M.Corvo)

Circulares, Newsletter, Website

Sessões, respostas às dúvidas, divulgação por e-mail

Envio de Noticias por mail, Site da AOP

A solicitação do envio de propostas para as reuniões estatutárias

Divulgação das Sessões Anuais.

A criação da newsletter digital no seu mais recente formato foi uma iniciativa interessante, bem como a criação do novo site

Através das notícias disponibilizadas online, via site e presencialmente

Sessão AOP, Redes Sociais

Congresso Ibero americano

Sessões anuais; Sessões de debate; Notícias

a comunicação é sempre boa

A criação da News Letter da AOP.

A criação de Reuniões para os Membros.

Comunicação por correio eletrónico

Reuniões de Membros; Aniversário AOP

As sessões anuais e algumas formações

1 - As comunicações via email

2 - Antigamente, as comunicações via CTT também funcionavam

As comunicações não são boas nem más: são comunicações. Por norma referem-se à divulgação de acções que o CD acha importante comunicar, sejam organizadas pela AOP seja por outras instituições e que tenham interesse para os membros.

Este será o exemplo mais recente de boa comunicação.

Indique entre 1 e 3 momentos de má comunicação que a AOP tenha desenvolvido com os membros

«Site» apresenta pouca informação. A publicação de notícias e o envio de circulares é demasiado irregular. A AOP não consegue chegar aos principais meios de comunicação para divulgar as iniciativas que desenvolve.

não recordo / sem opinião (19)

Quis deixar de ser membro pois não tinha envolvimento há uns 5 a 10 anos e mantiveram a comunicação.

Mais estratégias de divulgação relativamente ao concurso anual para jovens participantes bolsa da AOI

Resultados das atividades desenvolvidas

Alguma comunicação que, por vezes, possa chegar atrasada.

Divulgação deficiente de muitas das atividades realizadas pelos membros.

Período em que parou com a revista.

Ciclo de Conferencias 2016 // XXV Sessão Membros (Caneças)

Facebook

Um lapso de comunicação adiou a minha entrada como membro da AOP

A suspensão da publicação da Revista

Concursos.

Apesar de nos últimos tempos se terem dado várias mudanças significativas relativamente aos Jogos e ao movimento olímpico, a AOP não tem acompanhado tais acontecimentos da forma que creio ser adequada para uma NOA.

Poucas acções de formação para actuais membros

Site podia ter mais conteúdo

Algumas reuniões anuais

Comunicações por vezes tardias.

E mail institucional muito em cima das datas

redes sociais

O anterior site utilizava uma tecnologia suponho que obsoleta e era bloqueado.

Talvez não seja a AOP que comunica mal, mas eu que não tenho tempo para prestar atenção à comunicação (mesmo com formas tão práticas como um email!)

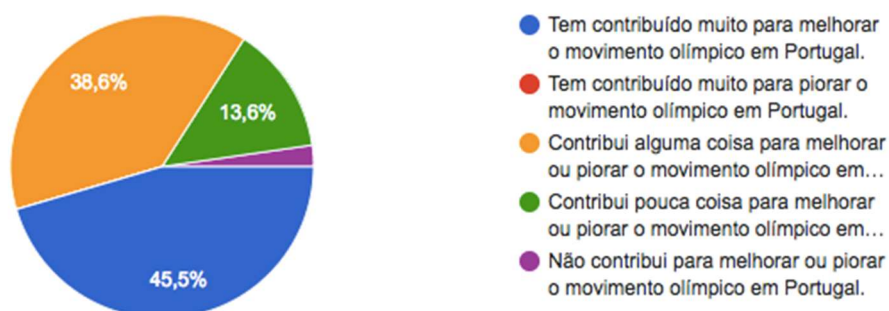
A resposta anterior aplica-se à questão aqui colocada.

A AOP faz o que lhe é possível sempre pelo seu melhor.

Na sua opinião, a forma como a AOP comunica:

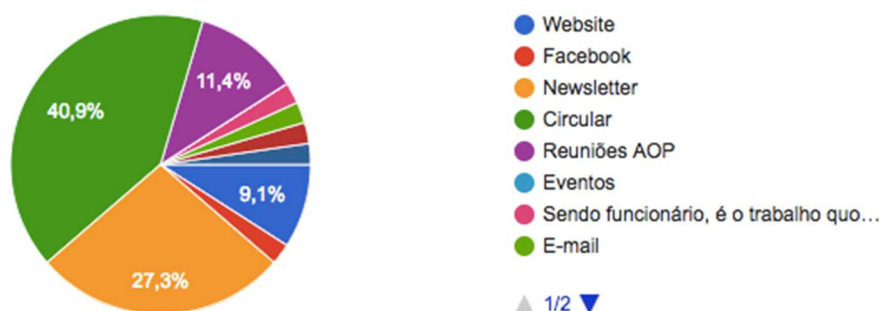


44 respostas

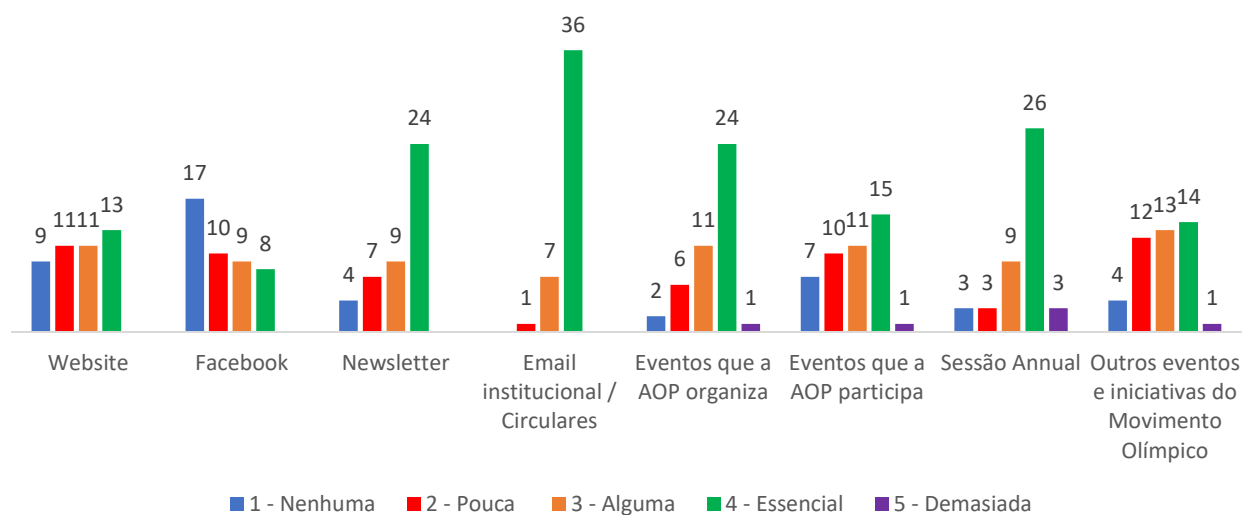


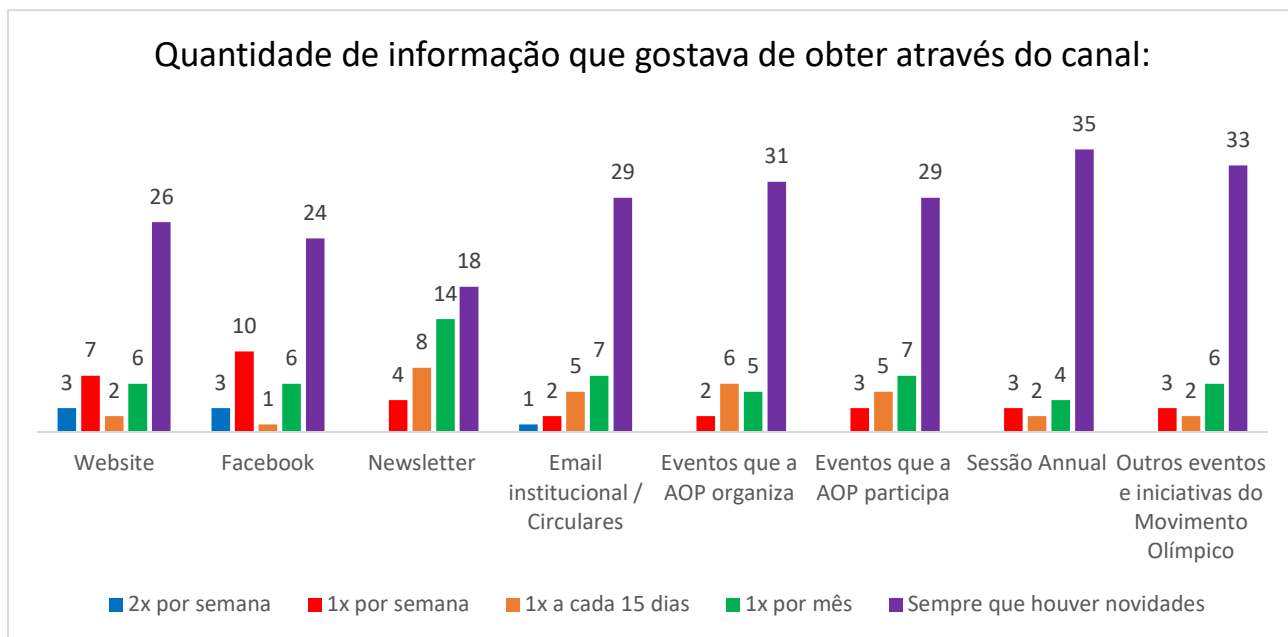
Qual a principal fonte de informação para obter notícias das AOP?

44 respostas



Quantidade de informação que recebe através do canal:





Qual a sua opinião geral sobre a comunicação da AOP com os membros? Sugestões, críticas e ideias.

A comunicação é escassa. Importa tornar regular a comunicação com os membros. Importa que a comunicação parta também dos membros para o Conselho Diretivo. Importa tornar o «site» num espaço com quantidade e qualidade de informação disponível (para que seja uma referência em matéria olímpica, seja para os membros, para os curiosos ou para os estudiosos. Importa que as plataformas digitais sejam uma forma de divulgação da AOP e um instrumento para a concretização da sua missão.

Muita informação repetida

A AOP tem vindo a desenvolver iniciativas e a reunir esforços para melhorar a comunicação com os membros, está no bom caminho, aliás a recente integração da newsletter é prova disso. A minha sugestão vai para o desenvolvimento de estratégias e esforços relativamente à comunicação com o exterior na passagem da mensagem da missão e ação da AOP e valores defendidos pelo olimpismo. Acrescentaria aqui, dentro da comunicação com os membros, a sensibilização dos membros para a sua cooperação e colaboração ativa com a AOP de forma a juntos criarmos estratégias de atuação viradas para o exterior de modo a ter impacto na sociedade pois essa é a missão da AOP e é para isso que existem os seus membros, a AOP em união e cooperação ativa com os membros terá mais presença na comunidade!

Só posso opinar sobre o que conheço pessoalmente. Penso que existe um tipo de comunicação agradável, como tudo, poderá ser melhorado.

Para quem reside no interior, como eu, as informações por via electrónica são fundamentais

É a informação possível. Seria bom tentar recuperar o contacto de muitos Membros, dos quais nada se sabe !!!

Demasiado institucional.

Costumo abrir e ler... mas penso que outros nem isso fazem. Deve haver outras formas de motivação e de envolver...

Poderá ser mais sistemática

Penso que a AOP realiza um grande esforço em manter os seus membros atualizados. Isso melhorou muito com a utilização do email, website e facebook.

Há uma clara intenção de melhorar essa comunicação.

No meu ponto de vista, apesar de encontrar-me fisicamente distante de Portugal, depreendo que a informação na AOP tem estado a fluir na medida do possível. Portanto, a informação existe, sendo de louvar este aspecto pois, tenho sentido que o pulsar das actividades da AOP fazem-se sentir com frequência.

A resposta vai dar sempre no mesmo ponto. É necessário gente disponível para colaborar, e definir o que é a AOP, o pensamento da Com.Directiva ou do COP, são dois projetos diferentes, e sem esta definição só temos de proveito as sessões anuais. O Sec.Geral é muito curto, para a AOP.

Globalmente positiva. Maior interligação com as notícias do COP

Sugere-se um maior desafio para o envolvimento dos membros na atividade da AOP.

Tem sido sempre clara, objetiva e pertinente. Em termos de comunicação não há reparos a fazer. O nível de comunicação tem sido manifestamente suficiente, com a sobriedade necessária que é a imagem de marca quer do COP quer da AOP.

Normal para a natureza e dimensão da organização, semelhante a tantas outras, de tantas áreas distintas e, porventura, até com maior relevância para a Sociedade.

Sugestão: disponibilização da ligação para o feed do site da AOP (com todas as notícias ou feeds diferenciados por rubricas) para que quem usar agregadores de notícias consiga estar sempre a par das novas publicações.

Tem vindo a melhorar ao longo dos anos, especialmente com o advento das novas tecnologias. Todavia convém não esquecer que existem vários membros que não têm / não querem ter acesso a estas fontes de informação pelo que convém continuar a apostar no tradicional papel, ou quiçá, dedicar uma folha na revista Olimpo, caso tal seja possível.

Boa comunicação, faltando apenas aprofundar o site em termos de conteúdo

Tem vindo a melhorar bastante (2)

Sem opinião (4)

Há muito a melhorar

Considero adequada. / Boa / Correcta / Suficiente (13)

Deve estar mais integrada com o Olimpismo, tanto com o COP como com o COI

A "comunicação" feita é aquela que o CD entende ser conveniente. Quem está "de fora" só saberá notícias se o CD as comunicar. O que se quer comunicar também tem regras, havendo situações que não deverão ser transmitidas em função do que o CD achar que não deve ser divulgado nos vários locais atrás assinalados. Depende do grau de confidencialidade existente. O que convém é que haja comunicação de algo sempre que, na opinião do CD, se justifique.

Faz os possíveis para dar as informações a tempo e horas.

7.3. Análise na íntegra dos canais de comunicação AOP

Anexo I **Análise da comunicação e os principais canais de comunicação utilizados** **pela Academia Olímpica de Portugal**

1. Dados gerais

Nome: Academia Olímpica de Portugal

Criação: 4 de Dezembro de 1986 – 32 anos

Estrutura Organizacional:

A Academia Olímpica de Portugal (AOP) é uma entidade integrada no Comité Olímpico de Portugal (COP). As entidades integradas têm atribuições estatutárias específicas e estrutura orgânica própria, gozando de autonomia na prossecução das atribuições que lhes são reservadas e de apoio financeiro do COP para as suas atividades.

Regida pelo Regulamento Geral aprovado em Assembleia Plenária realizada em Lisboa no dia 21 de janeiro de 2017, a AOP tem como órgãos a Assembleia Plenária Eletiva e o Conselho Diretivo. A Assembleia Plenária Eletiva é convocada e presidida pelo presidente do COP, reunindo-se no início de cada olimpíada para eleição do Conselho Diretivo. O Conselho Diretivo é composto por sete membros, a eleger na Assembleia Plenária Eletiva para cada olimpíada, sendo constituída por um presidente, dois vice-presidentes, dois vogais e dois suplentes. A AOP elabora o seu plano anual de atividades e o respetivo orçamento, os quais, depois de aprovados pela Comissão Executiva, são dotados com verba própria a inscrever no orçamento do COP.

Organigrama:

O atual Conselho Diretivo da AOP, foi eleito em processo eleitoral que teve lugar a 27 de abril de 2017, na sede do Comité Olímpico de Portugal. A tomada de posse ocorreu a 4 de maio de 2017, no mesmo local.

Presidente - Tiago Viegas

Vice-Presidente - José Esteves

Vice-Presidente - Gustavo Marcos

Vogal - Marta Lopes

Vogal - Afonso Candeias

Suplente - Susana Feitor

Suplente - Tiago Venâncio

Atualmente a AOP conta com cerca de 650 a 670 membros, sendo que destes, 100 tem envolvimento em determinadas ações, como nas eleições e ainda, deste universo reduzido, estima-se que apenas 30 a 40 membros são ativos nas ações da Academia.

Mapeamento e estrutura da Comunicação

Atualmente, como dito pelo Presidente em entrevista realizada (na íntegra no Anexo II deste estudo), não existe um processo de comunicação estruturado internamente pois como são poucos os membros do Conselho Direito, faz-se muito através do email. Em relação a comunicação externa, sempre foi um assunto pouco valorizado pelas gestões anteriores, porém o Presidente atual tem uma visão diferente e enxerga tamanha importância da comunicação para o cumprimento dos objetivos da AOP e tem intenções de torná-la mais pró-ativa.

Obviamente que a AOP se comunica e hoje trabalha diversas frentes com diversos públicos de interesse, mas de forma reativa, na grande maioria das vezes, apenas concordando ou participando com apoio institucional das ações propostas por membros, e não atua de forma pró-ativa na verdade missão da organização que é motivar as pessoas para que elas possam fazer a promoção e divulgação dos valores e ideais olímpicos.

Públicos-alvo mencionados pelo Presidente:

1. Membros
2. Crianças
3. Professores / Treinadores
4. Atletas Olímpicos
5. Secretaria de Estado
6. Federações
7. Clubes
8. Escolas
9. Autarquias
10. Universidades
11. Academias PALOP

12. Comunicação Social

Identidade visual

O logotipo da AOP sofreu uma evolução significativa nos últimos anos, porém em 2016 ganhou um design mais limpo, simples, porém arrojado. Utilizando-se do acrónimo AOP, transformou e deixou o logotipo mais moderno, sempre acompanhado dos anéis olímpicos, que de acordo com o Manual de Normas Gráficas, pode ser utilizado de diversas formas. Apesar do Manual de Normas Gráficas estar em vigor, as peças de comunicação que são desenvolvidas atualmente não estão de acordo, na sua maioria.

Abaixo a evolução dos logotipos desde a primeira criação.



Análise documental

São muitos os documentos oficiais utilizados pela AOP no dia a dia e obviamente, estes todos são instrumentos de comunicação e consolidação da imagem institucional de qualquer organização.

5. Impresso: Envelope, papel carta, convocatórias, rollups, desdobráveis, certificados
6. Online: assinatura de emails, convite para eventos
7. Institucionais: Bandeira, Pins, Pasta
8. Brindes: caneta, pin
9. Vestimenta: camisa pólo, fato oficial para bolseiros

Foram analisados os documentos acima do ano de 2018. Conforme já mencionado, houve alteração do logotipo em 2016 e por este motivo alguns documentos especialmente os impressos, ainda são utilizados com a identidade visual

antiga, porém em muitos outros documentos, percebe-se que não há uma linha única que siga o manual de normas gráficas para as peças de comunicação.

Análise dos canais de comunicação

O website da AOP passou por uma reestruturação e foi lançado em Setembro de 2016, juntamente do novo logotipo, respeitando o novo conceito da identidade visual, de acordo com o Manual de Normas Gráficas.

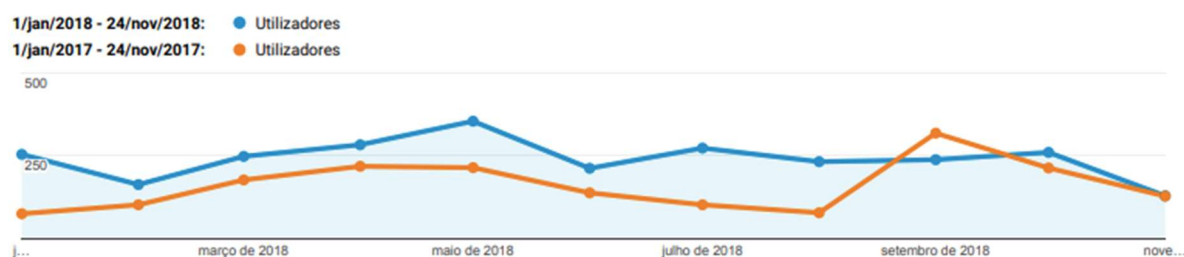
Apesar de estar de acordo com os padrões gráficos estipulados pelo manual, em relação ao conteúdo, existem informações institucionais repetidas, e não existe um planeamento nem de conteúdo, nem de periodicidade definidas quanto as publicações de notícias. Muitas vezes são notícias de eventos que já aconteceram, o que torna o canal reativo, podendo assim afetar a imagem da organização, pela falta de conteúdos atrativos para fidelizar o público que acede a este canal.

Como é possível ver no gráfico abaixo, apenas 10,7% dos acessos são de visitantes que retornam, o que ainda pode ser visto pelo lado bom que existe um interesse grande de novos visitantes, ou seja, é uma ferramenta que pode ser explorada de diversas maneiras para ter um melhor desempenho e se tornar um instrumento pró-ativo e essencial de comunicação da Academia Olímpica.

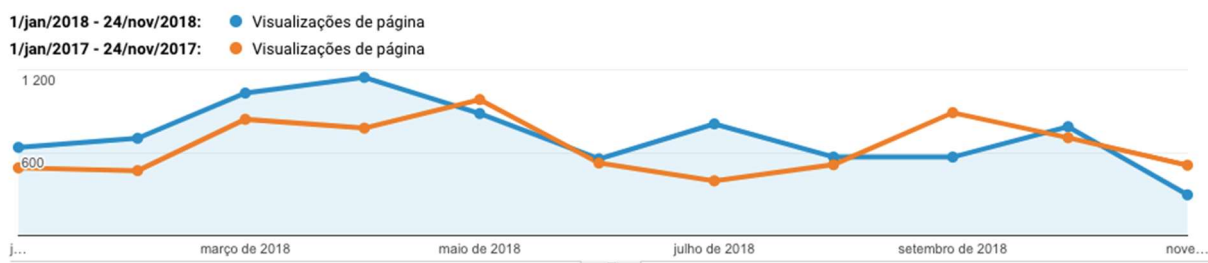
Em termos gerais, e em especial comparativamente ao ano de 2017, mesmo que pouco explorado, a análise dos números é positiva.



Como pode-se ver no gráfico abaixo, o número de utilizadores aumentou consideravelmente em comparação ao ano de 2017, chegando a um aumento de 54,03%.



Já em termos de número de visualizações de páginas, o aumento foi de 12,39%, especialmente no primeiro semestre, em Março e Abril, quando foi implementado o novo modelo de newsletter eletrônica, depois em Maio não houveram mais essas comunicações, fazendo com que o número de acessos ao website tornasse a diminuir, conforme abaixo.



Esses utilizadores estão distribuídos da seguinte forma:

País	Utilizadores	% Utilizadores
1. Portugal	1 305	54,85%
2. United States	366	15,38%
3. France	273	11,48%
4. Brazil	108	4,54%
5. Cape Verde	50	2,10%
6. (not set)	49	2,06%
7. United Kingdom	30	1,26%
8. Peru	25	1,05%
9. Spain	22	0,92%
10. Germany	19	0,80%

E aprofundando um pouco mais sobre o público que acede ao website dentro de Portugal, temos as 10 principais regiões:

Região ?	Aquisição		
	Utilizadores ? ↓	Novos Utilizadores ?	Sessões ?
	1 305 % do total: 55,09% (2 369)	1 252 % do total: 54,20% (2 310)	2 964 % do total: 72,72% (4 076)
1. Lisbon	713 (51,89%)	652 (52,08%)	2 044 (68,96%)
2. Porto District	170 (12,37%)	153 (12,22%)	206 (6,95%)
3. Setubal	121 (8,81%)	111 (8,87%)	205 (6,92%)
4. Faro District	103 (7,50%)	94 (7,51%)	139 (4,69%)
5. Braga	58 (4,22%)	51 (4,07%)	92 (3,10%)
6. Coimbra District	42 (3,06%)	41 (3,27%)	54 (1,82%)
7. Santarem District	40 (2,91%)	36 (2,88%)	46 (1,55%)
8. Leiria District	26 (1,89%)	25 (2,00%)	30 (1,01%)
9. Evora District	14 (1,02%)	13 (1,04%)	17 (0,57%)
10. Viseu District	12 (0,87%)	10 (0,80%)	33 (1,11%)

Para entender o fluxo de comunicação, ou como esses acessos chegam até o website da AOP, e também como as pessoas que chegam até o site através da busca orgânica do que as que vem diretamente, como por exemplo para ler apenas uma notícia, conforme o gráfico abaixo. Isso mostra que com um site mais informações, pode ser mais atrativo para pessoas que tenham interesse nos valores olímpicos e nas ações da AOP.

<input type="checkbox"/>	Default Channel Grouping	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ?	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		2 369 % do total: 100,00% (2 369)	2 312 % do total: 100,09% (2 310)	4 076 % do total: 100,00% (4 076)	68,33% Média por visualização de propriedade: 68,33% (0,00%)	1,96 Média por visualização de propriedade: 1,96 (0,00%)	00:02:22 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (0,00%)
<input type="checkbox"/>	1. Direct	826 (33,70%)	812 (35,12%)	1 247 (30,59%)	78,03%	1,63	00:01:58
<input type="checkbox"/>	2. Organic Search	685 (27,95%)	642 (27,77%)	1 373 (33,68%)	54,19%	2,53	00:03:10
<input type="checkbox"/>	3. Social	516 (21,05%)	462 (19,98%)	964 (23,65%)	74,90%	1,74	00:02:19
<input type="checkbox"/>	4. Referral	370 (15,10%)	362 (15,66%)	401 (9,84%)	72,07%	1,44	00:00:58
<input type="checkbox"/>	5. Email	51 (2,08%)	31 (1,34%)	88 (2,16%)	61,36%	2,34	00:02:30
<input type="checkbox"/>	6. (Other)	3 (0,12%)	3 (0,13%)	3 (0,07%)	100,00%	1,00	00:00:00

Aqui vale ressaltar a representatividade e importância das publicações no Facebook que representa quase 100% das visitas do item 3. Social da imagem acima sobre os canais de tráfego, porém quando analisamos o item 4. Referencias temos uma baixíssima representatividade do website do Comité Olímpico de Portugal como canal referenciador do website da AOP.

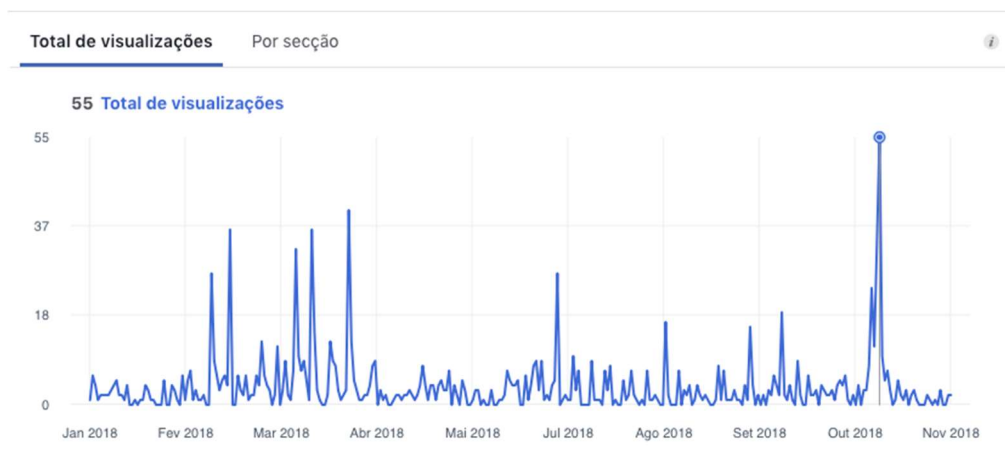
<input type="checkbox"/>	Rede Social ?	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ?	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		516 % do total: 21,78% (2 369)	462 % do total: 20,00% (2 310)	964 % do total: 23,65% (4 076)	74,90% Média por visualização de propriedade: 68,33% (9,61%)	1,74 Média por visualização de propriedade: 1,96 (-10,95%)	00:02:19 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (-2,13%)
<input type="checkbox"/>	1. Facebook	509 (98,64%)	456 (98,70%)	952 (98,76%)	74,58%	1,75	00:02:21
<input type="checkbox"/>	2. LinkedIn	5 (0,97%)	5 (1,08%)	5 (0,52%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	3. Blogger	1 (0,19%)	0 (0,00%)	6 (0,62%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	4. Twitter	1 (0,19%)	1 (0,22%)	1 (0,10%)	100,00%	1,00	00:00:00

	Origem ?	Aquisição			Comportamento		
		Utilizadores ?	Novos Utilizadores ?	Sessões ?	Taxa de rejeições ?	Páginas/Sessão ?	Duração média da sessão ?
		370 % do total: 15,62% (2 369)	362 % do total: 15,67% (2 310)	401 % do total: 9,84% (4 076)	72,07% Média por visualização de propriedade: 68,33% (5,48%)	1,44 Média por visualização de propriedade: 1,96 (-26,65%)	00:00:58 Média por visualização de propriedade: 00:02:22 (-59,07%)
<input type="checkbox"/>	11. we-ping-for-youal.info	19 (5,14%)	19 (5,25%)	19 (4,74%)	57,89%	1,42	00:00:22
<input type="checkbox"/>	12. wiscomsolutions.com	19 (5,14%)	19 (5,25%)	19 (4,74%)	47,37%	1,53	00:00:07
<input type="checkbox"/>	13. temzadesign.net	18 (4,86%)	18 (4,97%)	18 (4,49%)	44,44%	1,56	00:01:30
<input type="checkbox"/>	14. agriculturaemar.com	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	15. bestleofferhdd.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	16. getityadsincome.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	17. growthty-hacking.info	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	18. uptime-eu.net	10 (2,70%)	10 (2,76%)	10 (2,49%)	100,00%	1,00	00:00:00
<input type="checkbox"/>	19. comiteolimpicoportugal.pt	9 (2,43%)	9 (2,49%)	9 (2,24%)	22,22%	4,00	00:03:46
<input type="checkbox"/>	20. getde-click.info	9 (2,43%)	9 (2,49%)	9 (2,24%)	100,00%	1,00	00:00:00

Análise dos números do Facebook

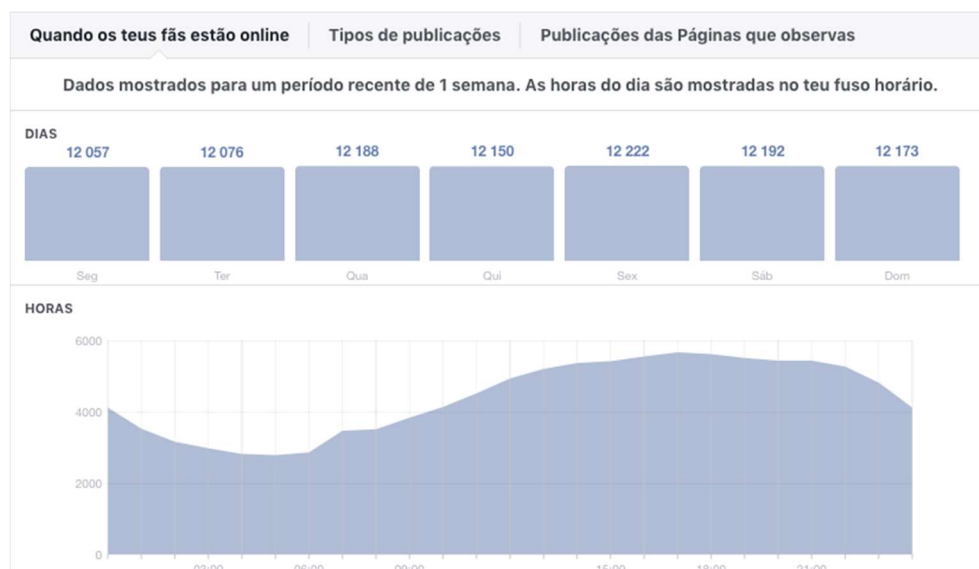
Os números e gráficos a seguir mostram que o trabalho feito pela AOP tem sido acompanhado e partilhado, mesmo assim sabe-se que é possível aumentar a visibilidade com ações estratégicas com o objetivo de atingir mais pessoas e levar os valores olímpicos mais longe, e esse será o nosso desafio para 2019.

O total de visualizações do Facebook atingiu o pico mais alto de audiência no dia 27 de Outubro, dia em que houve transmissão online de diversas atividades durante a Sessão Anual em Braga.



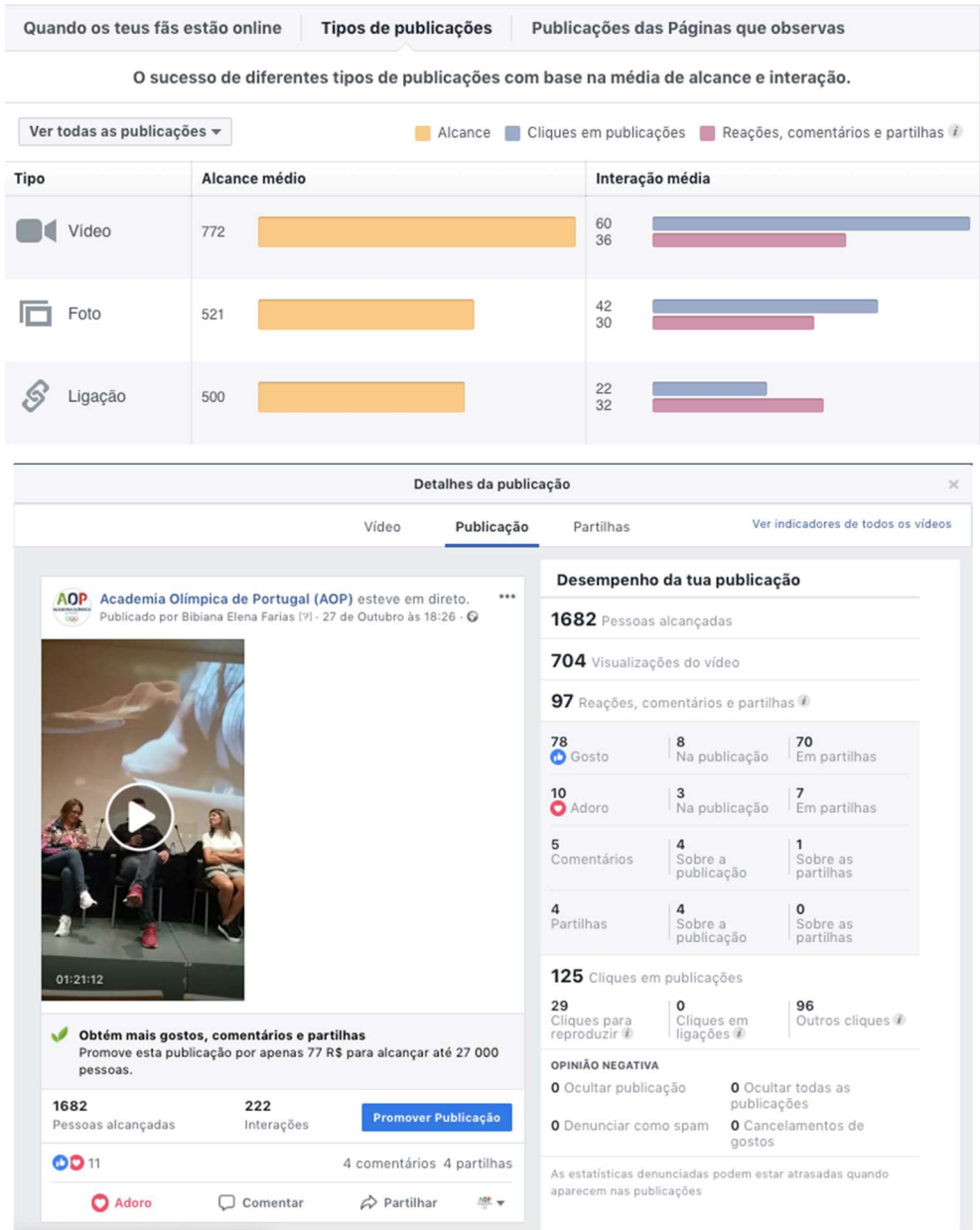


A plataforma online Facebook proporciona estudos de comportamento do público atingido, o que facilita e muito no entendimento para o planeamento de futuras ações, conforme as imagens abaixo.



Como é possível analisar na imagem baixo, atualmente utilizar o recurso de publicações em vídeos são estratégias de maior interação e alcance. E a seguir, dois

exemplos de publicações que bateram recordes, uma de vídeo, na transmissão ao vivo de um dos painéis na Sessão Anual e a outra, a divulgação da participação do membro AOP na 58ª Sessão da Academia Olímpica Internacional, ambos com os seus respectivos números de alcance, partilha, gostos e visualizações.



7.4. Manual de Normas Gráficas



00	ÍNDICE
MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS	
01	Logótipo a cores
02	Logótipo monocromático
03	Códigos de Cor
04	Margens de segurança
05	Dimensões mínimas
06	Tipografia
07	Fundos fotográficos
08	Fundos lisos
09	Fundos com ruído
10	Utilizações indevidas
11	Logótipo 30 anos

01 LOGÓTIPO A CORES / AOP + COMITÉ OLÍMPICO



01 LOGÓTIPO A CORES / AOP



01 LOGÓTIPO A CORES / SÍMBOLO AOP



02 LOGÓTIPO MONOCROMÁTICO / AOP + COMITÉ OLÍMPICO

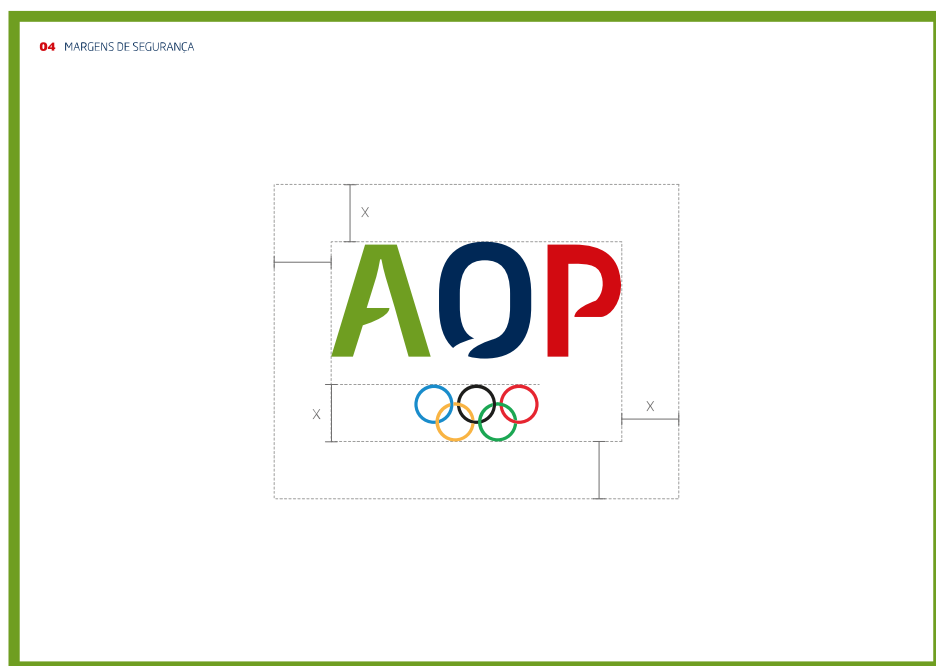


02 LOGÓTIPO MONOCROMÁTICO / AOP



02 LOGÓTIPO MONOCROMÁTICO / SÍMBOLO AOP





05 DIMENSÕES MÍNIMAS

Respeitar as dimensões mínimas do logótipo garante a leitura de toda a informação existente no mesmo. É apresentado a largura mínima, a altura deve ser obtida em proporção.



06 TIPOGRAFIA

Para que todo o material gráfico dedicado à AOP seja harmonioso, é importante que para além de respeitar as regras de utilização do logo, seja usada a mesma tipografia.

É aconselhada a utilização da fonte **Roboto**. Uma fonte sem serifa, com boa leitura, que conjuga perfeitamente com o logo e que é usada no estacionário da AOP.

Trata-se de uma fonte distribuída gratuitamente através do Google Fonts. Pode ser descarregada através do link: <https://www.google.com/fonts>

ROBOTO LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #:\$%&/()=?*~!

ROBOTO MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #:\$%&/()=?*~!

ROBOTO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #:\$%&/()=?*~!

ROBOTO ITÁLICO

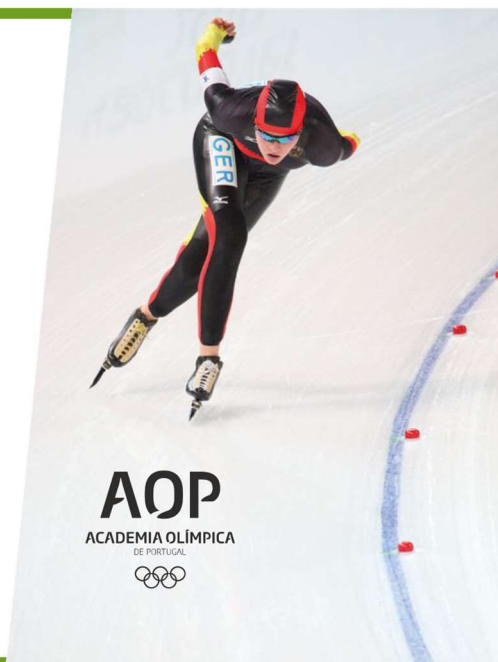
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #:\$%&/()=?*~!

07 LOGÓTIPO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Sobre fundos fotográficos o logótipo apenas pode ser utilizado na sua versão a cores quando sobreposto a uma área clara.

Deverá ser sempre utilizado na versão cromática que oferecer mais contraste.

A escolha adequada da versão do logótipo para a aplicação sobre fundos (fotográficos, cor ou padrão) requer sempre a análise da sua legibilidade e equilíbrio cromático.



08 LOGÓTIPO SOBRE FUNDOS LISOS



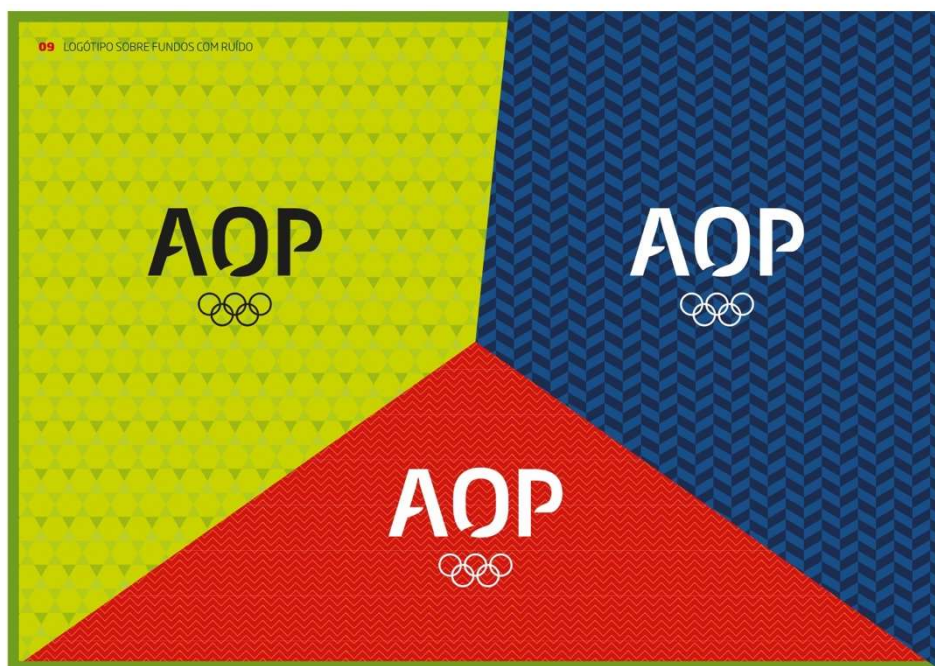
O logótipo poderá ser utilizado a cores sobre fundos na escala de cinzentos cujo valor não ultrapasse 20% de preto, sendo esse o caso demonstrado no exemplo da direita.



08 LOGÓTIPO SOBRE FUNDOS LISOS

Sobre fundos coloridos o logótipo deverá ser sempre utilizado nas suas **versões monocromáticas**.





10 UTILIZAÇÕES INDEVIDAS DO LOGO

Para garantir a identidade do logotipo, não devem ser feitas alterações sobre o mesmo. Neste capítulo estão demonstrados alguns exemplos de utilizações indevidas do logotipo. Nos exemplos apresentados é utilizado sempre a mesma versão do logotipo da AOP, mas regras contemplam todas as versões existentes.



Não distorcer o logotipo



Não Alterar as combinações de cores



Não alterar a tipografia



Não Alterar proporções

10 UTILIZAÇÕES INDEVIDAS DO LOGO



Não alterar a disposição dos elementos



Não usar degradês de cor



Não usar degradês de monocromáticos



Não usar molduras



Não aplicar efeitos visuais



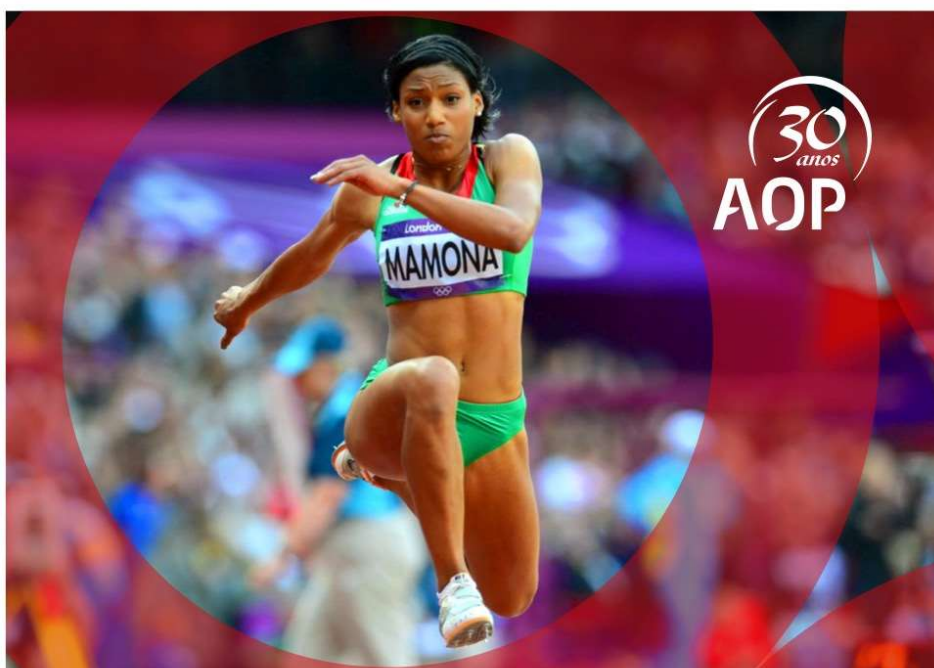
Não retirar ou acrescentar elementos



Não Alterar proporções



Não invadir margens de segurança



11 LOGÓTIPO 30 ANOS A CORES / versões 1 e 2



11 LOGÓTIPO 30 ANOS A CORES / versões 3 e 4



11 LOGÓTIPO 30 ANOS MONOCROMÁTICO / VERSÃO 1 E 2



11 LOGÓTIPO 30 ANOS MONOCROMÁTICO / VERSÃO 1 E 2



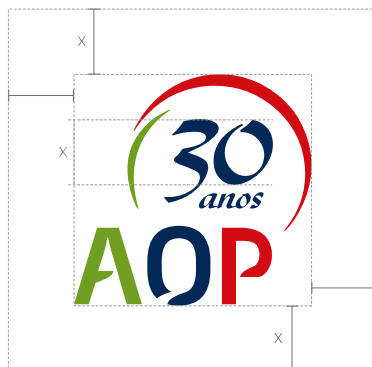
ACADEMIA OLÍMPICA
DE PORTUGAL



ACADEMIA OLÍMPICA
DE PORTUGAL



11 MARGENS DE SEGURANÇA



11 DIMENSÕES MÍNIMAS

Respeitar as dimensões mínimas do logótipo garante a leitura de toda a informação existente no mesmo. É apresentado a largura mínima, a altura deve ser obtida em proporção.



7.5. Relatório de Atividades 2017

Comité Olímpico de Portugal
Academia Olímpica de Portugal



Relatório de Atividades e Contas – 2017 –

Lisboa, 17 de fevereiro de 2018

Relatório de Atividades e Contas – 2017 |

Em cumprimento do estabelecido na alínea e) do número 2 do artigo 11.º do Regulamento Geral da Academia Olímpica de Portugal, apresenta-se de seguida o Relatório de Atividades e Contas, referente ao ano de 2017

Para apresentação, discussão e votação pelos membros da AOP em Assembleia Plenária a realizar para o efeito, em 17 de fevereiro de 2018, em Lisboa

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal | 2

Relatório de Atividades e Contas – 2017 |

ÍNDICE

I INTRODUÇÃO

I.1. Nota introdutória ... 4

II ORGÂNICA

II.1. Composição do Conselho Diretivo ... 5
II.2. Reuniões do Conselho Diretivo ... 6
II.3. Assembleia Plenária ... 7
II.4. Reuniões da Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal ... 8
II.5. Reuniões do Conselho Nacional do Desporto ... 9
II.6. Novos Membros ... 10
II.7. Relatório administrativo ... 10

III ATIVIDADE NACIONAL

III.1. XXVI Sessão Anual ... 11
III.2. Jogos de Quêntos ... 12
III.3. Mascote AOP ... 12
III.4. My Olympic GuideBook ... 12
III.5. Prémio David Sequeira ... 13
III.6. Atuais divulgação do Olimpismo ... 14
III.7. Representações Institucionais ... 14
III.8. Outras atividades/Ações ... 17
III.9. Website e Facebook ... 20
III.10. Recortes ... 25

IV ATIVIDADE INTERNACIONAL

IV.1. Academia Olímpica Internacional ... 30
IV.2. Academias Olímpicas da Língua Portuguesa ... 32
IV.3. Academias Olímpicas Europeias ... 32
IV.4. Publicações ... 33

V Contas ... 34

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal | 3

Relatório de Atividades e Contas – 2017 |

INTRODUÇÃO

I.1. Nota introdutória

O ano de 2017 ficou marcado por eleições na Academia Olímpica de Portugal, realizadas a 21 de abril, num ato a que concorreram para o Conselho Diretivo duas listas: a Lista A, liderada por Teresa Rocha, e a Lista B, liderada por Tiago Viegas.

Com um resultado favorável à Lista B, esta tomou posse no dia 27 de Abril, iniciando de imediato as suas funções.

A entrada em exercício do novo Conselho Diretivo (CD) não colocou em causa nenhum compromisso assumido pela direção anterior.

A dinâmica imposta pelo CD anterior foi continuada, tendo no entanto sequência através de novos projetos e de um cunho próprio da nova equipa dirigente.

A criação das Comissões Consultivas da AOP foi um passo extremamente importante, pois acreditamos que já a partir de 2018 se tenha condições avançar de modo significativo no envolvimento de mais membros no dia-a-dia da AOP.

O Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequeira foi também uma realidade com a sua primeira edição.

Estreitamos também a ligação entre a AOP e o COP, o que criou maior aproximação entre estas duas entidades e permitiu já a colaboração em duas atividades: os campos de férias olímpicos e o Programa de Educação Olímpica.

Relativamente aos novos projetos que tiveram início em 2017, salientamos o projeto da criação da Mascote da AOP, a tradução do "My Olympic Guidebook" e os ciclos de exposições itinerantes com a exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade».

Estes domínios de intervenção mostram já um caminho bem definido na atuação da AOP, sendo ambos de grande visibilidade, através da imagem visual da AOP e da aproximação ao processo formativo dos atletas olímpicos, até aqui esquecidos.

Estes foram apenas alguns vetores em que a AOP centrou as suas atenções.

É pois nesta lógica e neste contexto de atuação que se procura redigir o presente relatório de atividades e contas, para que todos os membros possam manifestar-se, através dos seus contributos, alertando para eventuais erros, lapsos ou omissões detetados.

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal | 4

II.2 Reuniões do Conselho Diretivo

Durante o ano de 2017, o Conselho Diretivo da AOP realizou oito reuniões mensais (uma do CD anterior e sete do atual, não tendo ocorrido reuniões nos meses de fevereiro, março, agosto e dezembro), das quais foram lavradas as respectivas atas, que se encontram arquivadas nos formatos digitais (.doc e .pdf) e que se encontram arquivadas na sede da AOP.

- 7 de janeiro
- 29 de abril
- 26 de maio
- 23 de junho
- 24 de julho
- 23 de setembro (coincidente com reunião geral de membros)
- 2 de novembro
- 20 de novembro 2017

Em todas as reuniões foram feitas as respectivas convocatórias, onde de entre os mais variados assuntos da gestão corrente foram apresentadas e discutidas as seguintes propostas:

Reunião de 7 de janeiro

Reunião de 29 de abril

- Proposta 7/2017/TV – Calendarização de Reuniões do CD AOP
- Proposta 8/2017/TV – Áreas de intervenção dos membros do CD AOP
- Proposta 9/2017/TV – Criação da Comissão Consultiva do CD AOP
- Proposta 10/2017/TV – Criação da Comissão Olimpismo e Igualdade de Género do CD AOP
- Proposta 11/2017/TV – Criação da Comissão Olimpismo e Educação

Reunião de 26 de maio

- Proposta 12/2017/TV – Criação da Comissão Cultura e Coletivismo
- Proposta 13/2017/TV – Criação do projeto "Na opinião de..."
- Proposta 14/2017/TV – Novo Membro: Ana Pimenta
- Proposta 15/2017/GM – Enquadramento das Comissões
- Proposta 16/2017/TV – Projeto Aniversário Membros AOP
- Proposta 17/2017/TV – Novo Membro: Rihjana Farias

Reunião de 23 de junho

- Proposta 18/2017/CG – Exposição “Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de Identidade”. Desenvolvimento do projeto de itinerância nacional.
- Proposta 19/2017/GM – Apelo de Paris
- Proposta 20/2017/GM – Criação de parceria com a Associação de Professores de História
- Proposta 21/2017/TV – Propostas a serem enviadas por membros AOP

11.3 Assembleias Plenárias

O ano de 2017 conheceu a realização de duas assembleias plenárias, ambas com o caráter ordinário previsto no Regulamento Geral.

breve no Regulamento Geral da ADOP, em 24 de Janeiro, para apresentação, discussão e votação do Relatório de Atividades e Contas de 2016, alteração ao Regulamento Geral da ADOP apresentado, discussão e votação do Regulamento Eleitoral da ADOP e outros assuntos. Os 16 membros presentes aprovaram o relatório e as contas de 2016 por unanimidade; a proposta de alteração do Regulamento Geral da ADOP, apresentada para estatutizar o documento normativo à ADOP com os novos estatutos do COP, foi aprovada por unanimidade; a proposta de alteração do Regulamento Geral da ADOP, aprovada em 31 de Outubro do COP, no sentido de alterar a redacção do 1.º do art. 10.º do Regulamento Geral da ADOP aprovado em 24 de outubro de 2015, que prevê uma composição do Conselho Diretivo da ADOP com sete elementos, sendo um presidente, um vice-presidente, um secretário-geral e quatro vogais; a proposta de Regulamento eleitoral foi aprovada, com a junção de vários contributos dos membros do Conselho Diretivo da ADOP, presentes que oportunamente tinham enviado contributos alternativos (cc@ccm.org) ao 005561@nato.int).

No último ponto da ordem de trabalhos (outros assuntos), o presidente da AOP informou que o livro dos 30 anos da AOP está fase de conclusão, com a junção de dois capítulos, tendo o presidente do COP aceitado preficiar a obra.

A segunda teve lugar no dia 23 de Setembro, na sede do COP, onde o principal assunto da ordem de trabalhos foi a apresentação, discussão e votação do Plano de Atividades e Orçamento para 2018. Com a presença de 17 membros, os documentos propostos foram aprovados por unanimidade, sem alterações mas com comentários da parte dos presentes, apelando à manutenção e aprofundamento da colaboração com a Confederação de Treinadores (Teresa Rocha), lamentando que as instalações da AOP estejam restringidas à parcela de um gabinete (Fernando Costa) e defendendo que o concurso de criação da mascote AOP não se limitasse aos alunos do 1.º ciclo (Luís Gomes da Costa).

II.4. Reuniões da Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal

A AOP esteve presente nas dez reuniões da Comissão Executiva do COP, tendo sempre tido um papel ativo, no sentido de uma colaboração mais próxima.

Reunião 30 de janeiro

Reunião 30 de janeiro
Reunião 28 de março
Reunião 18 de abril
Reunião 30 Maio (Extraordinária)
Reunião 27 Junho
Reunião 31 Julho
Reunião 26 Setembro
Reunião 30 Outubro
Reunião 28 Novembro
Reunião 19 Dezembro

11.5. Reuniões do Conselho Nacional do Desporto

A AOP esteve presente nas duas reuniões do Conselho Nacional do Desporto (CND) que tiveram lugar em 2017: a 27 de Junho, na Galeria do Centro de Juventude de Lisboa, e a 20 de Dezembro, no Centro de Cacador do Ministério da Educação, tendo sido abordados os seguintes assuntos:

Reunião 27 de Junho

- Regimento do Conselho Nacional do Desporto;
- Prêmios a árbitros propostos pelo plano do CNP no âmbito do artigo 7.º da Portaria n.º 130/2014, de 15 de Maio, às seguintes entidades: Federação Portuguesa de Arbitragem;
- Carlos Alberto Pires da Silva - Árbitro - Final feminina do Campeonato da Europa (Yakaterburg, Rússia, 2015) - Federação Portuguesa de Ténis de Mesa;
- Joaquim Fernando Andre Pinto - Juiz - Final do Campeonato do Mundo Seniores Masculinos (Sao Paulo, Brasil, 2015) - Federação Portuguesa de Futebol;
- Sandra Devesa - Árbitra - Campeonato do Mundo de Voleibol de Praia (Apeldoorn, Holanda, 2015) - Federação Portuguesa de Voleibol;
- Inscrição no RADAR - ADAR - CNP, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 252/2010, de 16 junho, do Conselho de Registo de Agências Desportivas da Alta Rendimento (RADAR) dos seguintes praticantes desportivos:

Henrique Felipe Camarate Chaves - Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting;

Bruno Rafael Santos - Federação Portuguesa de Futebol;

Toni Leandro Bentes - Federação Portuguesa de Futebol;

Reunião 20 de Dezembro N.º
 - Regimento do Conselho Nacional do Desporto
 - Informações sobre o Conselho de Arbitragem Desportiva – Tribunal Arbitral do Desporto, prémios de mérito desportivo entre outras informações.
 - Projeto Olímpico e Paralímpico – Tóquio 2020
 - Prémios a árbitros – Propostas do Plenário do CND – Concessão de prémios a Árbitros, Juizes, Jüris ou equipas de arbitragem, no âmbito do artigo 7.º da Portaria n.º 103/2014, de 15 de maio;

Luís Manuel Martins Figueiredo – Árbitro de Partidas – Atletismo – JO Rio2016

Jorge Salgado – Jui – Atletismo – JO Rio2016

Samuel de Silva Lopes – Árbitro Vídeo – Atletismo – JO Rio2016

Álvoro José Carvalho de Sousa – Árbitro – Ginástica – JO Rio2016

Liliana Calvete Bastos Rodrigues – Árbitro – Ginástica – JO Rio2016

Maria de Lurdes Tristão Ávila Carvalho – Árbitro – Ginástica – JO Rio2016

Hélga Raquel da Fonseca Marques – Árbitro – Patinagem – Campeonato Mundial – Seniores – Femininas – Patinagem Artística – Novara – Itália – 2016

Carlos Alberto Paraiso da Silva – Árbitro – Ténis de Mesa – JO Rio2016

Rui Jorge Miranda de Carvalho – Árbitro – Voleibol de praia – Campeonato da Europa 2016 (Biel, Suíça) e Campeonato da Europa 2017 (Jumlaia, Letónia)

-Inscrição no RADAR – Audição do CND, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 325/2010, de 16 junho, relativa à inscrição no Registo de Agentes Desportivos de Alto Rendimento (RADAR) dos seguintes praticantes desportivos:

Beatriz Fabiana Faria Sousa; Joana dos Santos Resende; Leonor da Silva Silveira Gonçalves; Luísa Maria Coimbra Cortes; Catarina Carneiro da Mata; Cristiana Soares Vieira; Maria Inês Silva Pereira; Maria João Pereira Santos; Francisca Ferraz Branquinho; Eulália Santos Ribeiro da Silva; Rita Bento de Campos, todas elas praticantes da modalidade de Andebol pela sua participação na Fase Final do Campeonato da Europa Sub-17 Divisão B – Lituânia a 20/02/2017.

Prémios de Mérito Desportivo – Parecer do CND, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 103/2010, de 16 maio:

Seleção Nacional de Boccia – Federação Portuguesa de Desporto para Pessoas com Deficiência

BisFed 2016 Fazzia World Open

BisFed 2016 Boccia World Open Póvoa de Varzim

BisFed 2017 Boccia World Open de Sevilha

BisFed 2017 Boccia Poznan World Open

Seleção Nacional de Hóquei em Patins Seniores Masculinos – Federação de Patinagem de Portugal Campeonato da Europa de Hóquei em Patins (Oliveira de Azeméis, 16 julho 2016)

- Alteração ao Regime Jurídico dos Contratos-programa Desportivos de Desenvolvimento, Decreto-Lei n.º 273/2008, de 1 de outubro

- trabalho que está a ser realizado pela Secretaria de Estado sobre Violência no Desporto

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal

II.6. Novos membros

No decorrer do ano de 2017 assumiram a condição de membros da AOP os seguintes elementos:

- César Humberto Pimentel Neto
- António Manuel Antunes dos Santos
- Carlos Cabrita
- Carlos José Reis Lopes Ramos
- Tadeu Ferreira de Sousa Celestino
- Humberto Fernando Simões dos Santos
- Ana Luísa Botelho Pimenta
- Bibiana Elena Farias
- Manuel Henrique Maltz Galinha
- Ana Filipa Russo Teixeira
- Fernando Alberto Gil de Andrade
- Manuel Alberto Capelas Rondão
- João Filipe Gaspar Rodrigues
- João Manuel Marcelino Bôa Estrela

Estes elementos obtiveram a condição de membros da AOP pela participação nos "cursos" da Olimpismo, também designados por Sessões Anuais, desenvolvidos pela AOP, bem como pela ligação que têm vindo a ter com AOP, procurando desenvolver ações no âmbito do Olimpismo.

João Filipe Gaspar Rodrigues, atleta olímpico, com uma carreira desportiva de elevado prestígio na modalidade de Prancha à vela assumiu a condição de membro a convite do Conselho Diretivo, pelo "reconhecido mérito por serviços relevantes prestados ao Movimento Olímpico".

II.7. Relatório administrativo

O trabalho administrativo, manteve um elevado rigor organizativo, registando-se os seguintes dados:

- registos de entrada (comunicações externas recebidas): 1377;
- ofícios produzidos: 187;
- circulares enviadas: 26;
- declarações emitidas: 6.

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal

III. ATIVIDADE NACIONAL

III.1. XXVIII Sessão Anual e 9.ª Sessão para Membros

A AOP levou a efeito em 2017 a XXVIII Sessão Anual e 9.ª Sessão para Membros, que teve lugar em Reguengos de Monsaraz, no distrito de Évora, entre os dias 27 e 29 de Outubro de 2017. A temática da sessão conjunta foi "Os desafios contemporâneos do Movimento Olímpico".

O total de participantes foi de 39, sendo 22 relativos à Sessão Anual e 17 da Sessão para Membros. Esta foi a primeira vez em que as duas sessões, sendo realizadas em conjunto, tiveram momentos em separado e a decorrer em simultâneo, fazendo assim a distinção entre programas de ambas as sessões. A cerimónia inaugural, aberta a todos os interessados, decorreu no Salão Nobre da Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, tendo cabido ao diretor-geral do COOP, João Paulo Almeida, fazer uma comunicação subordinada ao tema "O Movimento Olímpico e a integridade no Desporto". Os restantes trabalhos decorreram na Biblioteca Municipal, subordinados aos seguintes temas e oradores:

Dia 28

1.ª Painel Sala 1 – Os Jogos Olímpicos da Antiguidade – Gustavo Marcos

1.ª Painel Sala 2 – A importância da difusão televisiva dos grandes eventos desportivos na lógica do desenvolvimento de uma cultura desportiva – Carlos Manuel Albuquerque

2.ª Painel Sala 1 – Pierre de Coubertin. O antes e o depois – Ilídio Tones

Academia Olímpica de Portugal – Desafios – Tiago Viegas

2.ª Painel Sala 2 – Cangaem em Portugal: Passado, presente e futuro – Vítor Félix

3.ª Painel – Os Desafios Contemporâneos do Movimento Olímpico – Artur Lopes, Paulo Barigiana e Rui Bragança

4.ª Painel – Festival Olímpico da Juventude Europeia – Gyor 2017 – Catarina Monteiro

Dia 29

5.ª Painel – Apresentação dos relatórios das Sessões AOI – 57.ª Sessão para Jovens – Andréia de Almeida

Apresentação de atividades de membros AOP – Teresa Rocha

Apresentação pública do livro "Mega Events FootPrints – Past, Present and Future" – Tiago Viegas

O programa contemplou ainda uma visita cultural a Monsaraz, acompanhada por técnicos da autarquia da área da Cultura, com um percurso de autocarro entre Reguengos e Monsaraz, onde a guia foi brindando os participantes com histórias relativas aos locais onde se ia passando. O percurso incluiu uma passagem pela recém-inaugurada praia do Alqueva, seguida de um percurso pedestre dentro das muralhas do castelo de Monsaraz.

A exposição "Mascotes Olímpicos. De talismãs a símbolos de identidade" patente no salão nobre da CMRM, teve inauguração momentos antes da abertura formal da sessão, tendo estado patente ao público até 19 de novembro, com visitas de grupo de alunos de escolas do município, além das visitas individuais.

Na organização da sessão, a AOP contou com a colaboração inextinguível da Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz e da Comissão de Atletas Olímpicos.

Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal

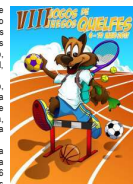
III.2 - VII Jogos de Quêfies

A última edição dos Jogos de Quêfies teve lugar entre 8 e 19 de maio, voltando a contar com a colaboração da AOP enquanto entidade parceira. As atividades foram dirigidas aos alunos dos 3.º e 4.º anos do 1.º ciclo do ensino básico assentando nas seguintes modalidades: ciclismo STT, basquetebol, atletismo, natação, lingo grego (introd. lutas amadoras), rugby, andebol, futebol, boccia e equeitação adaptada.

O programa desenvolveu-se em seis cidades – Faro, Loulé, Olhão, São Brás de Alportel, Tavira e Ayamonte (Espanha) – tendo a cerimónia de abertura decorrido em Ayamonte, com presença de Comodoro Durán, presidente da Academia Olímpica Espanhola, que deu uma conferência na parte da manhã e inaugurou a exposição "O Brilho do Trunfo Olímpico".

A cerimónia de encerramento foi oportunidade para uma experiência interativa de pendor desportivo e cultural, com a possibilidade de alunos e professores experimentarem 16 modalidades desportivas, participarem num ateliê de valores (dinamizado pelo PNED) e assistirem a um espetáculo protagonizado pela orquestra do Agrupamento de Escolas da Ben Postá (Portimão).

Os VII Jogos de Quêfies registaram a participação de cerca de 1200 alunos, de escolas públicas e privadas de Alcoutim, Ayamonte, Faro, Lagos, Loulé, Olhão, São Brás de Alportel, Silves e Tavira.



III.3 - Mascote AOP

A Academia Olímpica de Portugal lançou um concurso para a «Criação de uma mascote AOP», através da divulgação do correspondente regulamento junto das escolas que manifestaram interesse em participar na iniciativa. O concurso é destinado a escolas dos 1.º ciclo do ensino básico, podendo participar grupos de alunos organizados por turma, sob a coordenação de um professor responsável. O projeto estende-se até 23 de março de 2018 e tem por objetivo a criação de uma mascote representativa da AOP, a partir da escolha entre os trabalhos que venham a ser apresentados. De acordo com o regulamento, as propostas deverão assumir a forma de desenho, pintura ou escultura. Este projeto foi também inserido no programa de Educação Olímpica, sendo mais uma atividade disponível para desenvolvimento nesse contexto.



III.4 - My Olympic Guidebook

A AOP procedeu em 2017 à tradução para a língua portuguesa da obra "My Olympic GuideBook", um guia sobre o Olimpismo destinado aos membros das missões olímpicas. Este foi um compromisso assumido quando da presença da AOP na 3.ª Conferência das Academias Olímpicas Europeias, realizada em Albena, na Bulgária.



Comité Olímpico de Portugal
AOP – Academia Olímpica de Portugal

entre 6 e 8 de junho.
A tradução desta obra, originalmente editada pela Academia Olímpica Ucraniana, vai permitir aos atletas portugueses residentes na Missão Tóquio 2020 familiarizarem-se com aspectos da história e da cultura olímpica, bem como com os diferentes conceitos que norteiam o Movimento Olímpico.
A obra tem publicação prevista para 2018 e fará parte do kit dos atletas das diferentes missões ao longo da olimpíada.

III.5 - Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequeira

O Concurso de Imprensa Regional AOP, agora com a designação de Prémio David Sequeira em homenagem a esse ilustre membro da AOP, teve a sua primeira edição em 2017.
A jornalista Marina Guerra, do semanário «Região de Leiria», foi a vencedora desta primeira edição do concurso na nova versão. A entrega do galardão teve lugar durante a celebração do 31.º aniversário da Academia Olímpica de Portugal, em 9 de dezembro.

Marina Guerra apresentou a concurso um conjunto de dez peças de sua autoria, publicadas entre junho e setembro de 2016 em sucessivas edições do «Região de Leiria», no contexto da aproximação dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Os artigos retratavam os atletas e os treinadores do distrito de Leiria que iam tomar parte nos primeiros Jogos Olímpicos realizados num país de língua portuguesa.

Na apreciação dos trabalhos, o júri valorizou não só o tratamento do tema mas também a abrangência temporal da publicação da série, que permitiu aos leitores manterem contacto com a temática olímpica durante três meses, através da informação sobre as personalidades visitadas e dos dados complementares que foram adicionados.

Pelo primeiro lugar no concurso, Marina Guerra recebeu um diploma e um troféu simbólico, a que acrescerá uma viagem para visita a um local de interesse olímpico.

O júri atribuiu ainda uma menção honrosa a Paulo Barreira, do «Diário do Aterreiro», pelo trabalho com o título «Quando um muro nem sempre é um muro», publicado naquele jornal em 28 de outubro de 2016.

O prémio da vencedora foi entregue por Tiago Nunes Viegas, presidente da AOP, e por Muriilo Lopes, secretário-geral do CNID – Associação dos Jornalistas de Desporto, entidade parceira na organização do concurso.



III.6. Ações de divulgação do Olimpismo Exposição “Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade”



A criação de uma exposição itinerante subordinada ao tema “Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade” permitiu reunir todas as mascotes dos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno, através do empréstimo das referidas mascotes por parte do Comité Olímpico de Portugal e de membros da AOP, como Paulo Ferreira, Carlos Gomes e Tiago Viegas.

Durante o ano 2017, esta exposição esteve patente no Complexo das Piscinas do Jamor por ocasião do 73.º aniversário do Estádio Nacional, de 10 Junho a 31 de Julho, naquele que poderia ser considerado um preâmbulo ao projeto de itinerância iniciado mais tarde, na Biblioteca Municipal de Portalegre, onde a exposição pôde ser visitada entre 4 e 20 de Outubro. No contexto do programa da sessão anual, as mascotes puderam ser vistas ainda no Salão Nobre da Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, entre os dias 27 de Outubro e 18 de Novembro.

A exposição continuará a circular pelo país até ao final de 2018, visitando cidades de norte a sul, do interior e do litoral, algumas das quais nunca acolheram atividades da AOP.

III.7. Representação institucional

Com a notoriedade crescente da AOP no sistema desportivo nacional, a presença institucional aumentou significativamente, sendo por vezes muito difícil estar presente nos inúmeros eventos, ações e cerimónias às quais a AOP é convidada.

Sendo a AOP constituída por todos os seus Membros, continua a ser entendimento do atual CO que quando por impossibilidade do CO estar presente, ou por uma questão de distância, formulou o convite aos membros que pela maior proximidade ao evento em causa, possam representar a Academia.

- Eventos:

10.fev – 1.º Seminário FPPOD – Concorrer Mais para Incluir Melhor, em Coimbra. Luís Gomes da Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Federação Portuguesa de Desporto, para Pessoas com Deficiência na Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra.

11.fev – 19.ª Gala SPAL, na Guarda. Luís Gomes da Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Clube Escape Livre no Teatro Municipal da Guarda.

22.fev – 1.º Aniversário do Gabinete Olímpico do Sporting Clube de Portugal, em Lisboa. Luís Gomes da Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Sporting Clube de Portugal no Auditório Artur Aguiar, Estádio José de Alvalade, em Lisboa.

5.mar – VI Taça do Mundo FIG de Ginástica Acrobática e XI Maia International Aco Cup, na Maia. Inês Dias representou a AOP na jornada de finais destas competições, levadas a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Complexo de Ginástica da Maia.

5.mai – Inauguração do Pavilhão Susana Feltor, em Alcobertas. José Esteves representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela Câmara Municipal de Rio Maior e pela Junta de Freguesia de Alcobertas.

10.mai – Jantar do 14.º aniversário da Associação dos Atletas Olímpicos de Portugal, em Algés. José Esteves representou a AOP nesta comemoração, levada a efeito pela AAOP no Restaurante Caravela d'Ouro.

11.mai – Inauguração da exposição «Tempo de Memórias», em Lisboa. Afonso Candéias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Museu Nacional do Desporto.

14.mai – XXVI Torneio Internacional e Taça do Mundo de Ginástica Rítmica, em Portimão. Gustavo Marcos representou a AOP na cerimónia de encerramento desta iniciativa, levada a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal, no Portimão Arena.

17.mai – XXX Gimnazar, em Reguengos de Monsaraz. Afonso Candéias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Sociedade Artística Reguengense, no Auditório da Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz (1900, seminário) e no Pavilhão Municipal de Reguengos de Monsaraz (1900, saia).

19.mai – Cerimónia de Encerramento dos VIII Jogos de Quêfles, em Faro. Filipe Santos representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela Comissão Geral de Organização dos Jogos de Quêfles, nas instalações da Delegação Regional do Algarve do F.O.U.

22.mai – Cerimónia de Entrega dos Prémios CNID 2017, em Lisboa. Tiago Viegas representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pelo CNID, no Museu Nacional do Desporto.

24.mai – Jantar comemorativo dos 75 anos da Associação de Voleibol do Porto, na Maia. Silvío Rafael representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela AVVP, na Casa das Tílias.

25 a 28.mai – Taça do Mundo de Ginástica Aeróbica, em Cantanhede. Mário Martins representou a AOP na cerimónia de abertura e na jornada de finais deste acontecimento desportivo, levada a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Pavilhão Maralvas.

21.jun – Inauguração do Pavilhão João Rocha, em Lisboa. Afonso Candéias representou a AOP na cerimónia de inauguração desta infra-estrutura desportiva, levada a efeito pelo Sporting Clube de Portugal.

11.jul – Cerimónia de tomada de posse da nova direção da Federação Portuguesa de Tiro com Arco, em Lisboa. Marta Lopes representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito na sede do Comité Olímpico de Portugal.

18.jul – Apresentação da Missão Portuguesa à Universidade de Taipé-2017, em Lisboa. José Esteves e Afonso Candéias representaram a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela Federação Académica do Desporto Universitário no Estádio Universitário de Lisboa.

9-10.set – Taça do Mundo de Ginástica Acrobática e Torneio Internacional de Lisboa de Ginástica Acrobática, em Lisboa. Tiago Viegas e Afonso Candéias representaram a AOP no acompanhamento numa das jornadas e nas cerimónias protocolares destas competições desportivas, levadas a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal e pelo Ginásio Clube Português, no Complexo Desportivo Municipal do Casal Vistoso, em Lisboa.

23.set – Gala do Desporto 2017, em Odivesas. Tiago Viegas representou a AOP na Gala do Desporto de Odivesas, levada a efeito pela Câmara Municipal de Odivesas, no Pavilhão Multifusos, em Odivesas.

11.out – Cerimónia de tomada de posse dos novos corpos sociais da Federação Académica do Desporto Universitário (mandato 2017-2019), em Oeiras. Afonso Candéias representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela FADU, na Tribuna do Estádio de Honra do Centro Desportivo Nacional, na Cruz Quebrada.

14.out – Apresentação do n.º 4 da revista «Análise Associativa», em Lisboa. Afonso Candéias representou a AOP nesta sessão, levada a efeito pela Confederação Portuguesa das Coletividades de Cultura, Recreio e Desporto, no Auditório do Montepio Geral, em Lisboa.

13.nov – Cerimónia de apresentação da Bandeira da Ética, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas e Afonso Candéias representaram a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pelo Instituto Português do Desporto e Juventude, no Complexo Desportivo da Academia da Estrela, em Lisboa.

1.dez – X Gala do Desporto Universitário, no Estoril. Afonso Candéias representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela Federação Académica do Desporto Universitário, no Centro de Congressos do Estoril.

5.dez – Cerimónia comemorativa do XX Aniversário da Escola Superior de Desporto de Rio Maior, em Rio Maior. Susana Feltor representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pela ESORM, no Auditório Dr. Silvino Sequeira, em Rio Maior.

16.dez – Sessão comemorativa do 38.º Aniversário do Panathlon Clube de Lisboa, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta cerimónia, levada a efeito pelo PCL, no Hotel Real Palácio, em Lisboa.

III.8. Outras Atividades/Ações

- Acolhimento de visitas à sede da AOP/COP
Técnicos de Informação e Animação Desportiva do Instituto do Emprego e Formação Profissional

A Academia Olímpica de Portugal acolheu no dia 20 de fevereiro a visita de alunos do Curso de Técnicos de Informação e Animação Desportiva do Instituto do Emprego e Formação Profissional, num total de 28 visitantes repartidos por dois grupos. A iniciativa foi desenvolvida em colaboração com o Gabinete de Estudos e Projetos do COP, que dinamizou a ação através do atleta olímpico Joaquim Vieira. A visita traduziu-se num circuito que permitiu familiarizar os visitantes com o Movimento Olímpico, os valores olímpicos e a história olímpica portuguesa, ao mesmo tempo que deu oportunidade aos formandos de revelar os conhecimentos sobre esses temas.



- Faculdade de Motricidade Humana



Nos dias 10 e 16 de Outubro, a AOP acolheu duas turmas de Gestão do Desporto da FMH, que resultou de uma iniciativa do membro Aldeias Costa, regente de uma das cadeiras do curso. Esta visita, para além da visita e da explicação sobre o funcionamento da estrutura da AOP e do COP, teve ainda um momento de promoção dos valores e ideais olímpicos, bem como uma breve introdução à história dos Jogos Olímpicos.

- Homagem ao membro da AOP Rui Costa

Membro da AOP desde 1988, cumpriu três mandatos no respetivo Conselho Diretivo, Rui Costa foi homenageado na sua cidade de Coimbra pelo cumprimento do seu 80.º aniversário. A cerimónia iniciou-se com o desceramento de uma placa evocativa na tribuna do Estádio Universitário de Coimbra, num momento em que usaram da palavra Carlos Cidelo, vencedor do Desporto da câmara da cidade do Mondego, Jorge Carvalho, da comissão promotora da celebração, além do próprio



AOP - Academia Olímpica de Portugal 17

homenageado.

Numerosos amigos de Rui Costa compareceram depois ao jantar que rematou a cerimónia, estando representadas as entidades nas quais o homenageado foi historicamente desando a sua marca, desde a câmara municipal, de que foi vereador do Desporto, a Federação Portuguesa de Atletismo e a Associação Académica de Coimbra até, entre outras, à Academia Olímpica de Portugal, representada pelo presidente Tiago Nunes Viegas. Na sua intervenção, Tiago Viegas destacou o papel de Rui Costa enquanto vereador do Desporto de Coimbra no apoio aos primeiros passos da AOP, quando o homenageado ainda não fazia parte dessa estrutura integrada do Comité Olímpico de Portugal.

Sublinhando o exemplo ético de Rui Costa no desempenho das atividades profissionais, associativas e autárquicas, sempre norteado pelos valores mais nobres do desporto em consonância permanente com o espírito olímpico, Tiago Viegas convidou no final da sua intervenção os membros da AOP presentes na homenagem para em conjunto procederem à entrega de uma placa de reconhecimento pela dedicação de Rui Costa ao desporto e ao Olimpismo.

- Ciclo de Conferências Olímpicas



Com a colaboração entre a AOP e a Universidade Lusitana (ULL), deu-se início em 2016 a uma parceria com o intuito de realizar um ciclo de conferências subordinada à temática Olímpica. Assim sendo em 2017 foram realizadas as seguintes conferências:

Dia 26 de Janeiro

"Os valores no desporto paralímpico" – Humberto Santos

Dia 23 de Março

"As questões de género na Educação Olímpica" – Maria José Carvalho

Dia 25 de Maio

"Educação Olímpica: programas e projetos" – Rita Nunes

Todas as conferências tiveram transmissão em direto via Internet por streaming através do canal da ULL no Youtube, estando disponíveis para visualização em qualquer momento.

- 31.º Aniversário

A Academia Olímpica de Portugal comemorou o 31.º aniversário, com uma celebração levada a efeito no auditório da sede do Comité Olímpico de Portugal, em Lisboa. Na ocasião, Carlos Neto apresentou uma comunicação subordinada ao tema «Desporto, Olimpismo e Educação», na qual dissertou sobre a importância do desenvolvimento da criança para a formação de cidadãos capazes e de desportistas competentes. Ao longo de uma intervenção entusiasmada, o catedrático da Faculdade de Motricidade Humana fez referência ao modelo ecológico de desenvolvimento humano, elencou constrangimentos atuais no jogo e no desporto em crianças e jovens e destacou a importância ancestral de as crianças brincarem, correrem riscos, adaptarem-se e conquistarem a autonomia.



A celebração do aniversário da AOP foi ainda o momento para a entrega dos galardões referentes aos vencedores da edição de 2017 do Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequeira, tendo sido distinguidos os jornalistas Marina Guerra (jornal «Região de Leiria, 1.º prémio) e Paulo Bariga (diário «Diário do Alentejo», menção honrosa). Os prémios foram entregues pelo presidente da AOP, Tiago Nunes Viegas, e por Maria Lopes, secretária-geral do CND – Associação dos Jornalistas de Desporto, entidade parceira na organização deste concurso.

A cerimónia incluiu ainda a confirmação pública da admissão de novos membros da AOP, a tomada de posse dos membros das comissões consultivas da Academia Olímpica e o reconhecimento aos anteriores presidentes ou deões da AOP, agora membros honorários desta entidade integrada do COP.

Foram entregues dois diplomas de laudar: um à Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, pela colaboração prestada durante a realização da XXVIII Sessão Anual e 9.ª Sessão para Membros da AOP, tendo o troféu sido entregue a Miguel Singês, vereador do Desporto daquele município; e um segundo ao assessor e membro da AOP Carlos Gomes pelo elevado profissionalismo que impõem no exercício das suas funções.



Os participantes na celebração tiveram ainda a oportunidade de adquirir o selo ativo ao 31.º Aniversário da AOP, obtido por carimbo específico, aplicados em postal ou sobrescrito também criados exclusivamente para o efeito.

- Comissões consultivas da AOP

A nova equipa derivada da AOP estabeleceu como um dos principais objetivos para o início do mandato a constituição de um conjunto de comissões que, envolvendo os membros, pudessem desenvolver atividade em domínios setoriais específicos. Para estas comissões foram convidadas pessoas com reconhecida competência e experiência nos âmbitos de ação correspondentes. Desta forma foram criadas três comissões, com a seguinte composição:

Comissão Olimpismo, Igualdade de Género e Inclusão Social

Helena Messely

Susana Rodrigues

Olívia Santos

Comissão Olimpismo e Educação

Rui Costa

Paulo Nunes

Carla Borrego

Rui Miguel Carvalho

Rui Alexandre Carvalho

Comissão Cultura e Coletivismo

Fernando Martins

António Gentil Martins

Júlio São de Jesus

Mário Martins

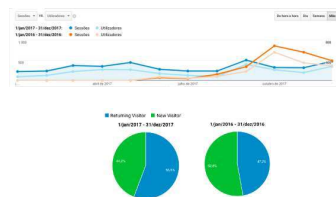
As comissões da AOP começaram a desenvolver atividade no início de 2018, tendo já alguns dos respetivos membros tomado posse em momento específico do programa da sessão comemorativa do 31.º aniversário da AOP.

III.9. Website e Facebook

- Análise dos números da página da internet

O website da AOP passou por um processo de reestruturação tendo sido lançado um novo espaço em Setembro de 2016.

No gráfico em baixo, as linhas azuis são relativas ao ano 2017 e apresentam uma regularidade em número de visitas (eixo esquerdo) e no número de utilizadores (eixo direito) durante todo o ano. Percebe-se também que o número de novos utilizadores é ligeiramente menor, o que mostra que quem visita o website da AOP tem tendência a voltar a aceder a este espaço.



Em 2017, o website apresentou um número de visitas superior em quase 50 por cento ao de 2016 (os números absolutos foram de 3964 em 2017 e 2643 em 2016). Estes números traduzem um aumento de pouco mais de 29 por cento de utilizadores e de 10 por cento em visualizações de página.



Dados importantes de 2017

Com os dados abaixo é possível analisar quais os países e quais os distritos de Portugal de onde provêm os acessos ao website.

País	Visitas	%	Utilizadores	%
1. Portugal	3 964	100,00%	2 364	100,00%
2. United States	213	5,37%	161	6,81%
3. Brazil	96	2,42%	76	3,22%
4. China	36	0,91%	27	1,14%
5. Spain	27	0,68%	21	0,89%
6. Mozambique	21	0,53%	16	0,68%
7. India	16	0,40%	11	0,47%
8. Germany	11	0,28%	11	0,47%
9. Russia	11	0,28%	10	0,42%
10. Switzerland	10	0,25%	10	0,42%

Região	Visitas	%	Utilizadores	%
1. Lisboa	3 416	86,18%	2 144	90,73%
2. Setúbal	296	7,47%	206	8,72%
3. Porto	172	4,34%	122	5,16%
4. Faro	161	4,06%	96	4,06%
5. Braga	96	2,42%	61	2,58%
6. Alentejo	36	0,91%	27	1,14%
7. Leiria	27	0,68%	16	0,68%
8. Coimbra	21	0,53%	11	0,47%
9. Beja	11	0,28%	11	0,47%
10. Madeira	10	0,25%	10	0,42%

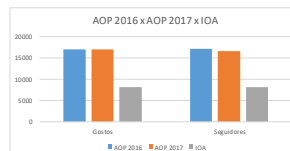
Análise de dados referentes ao Facebook

Durante o ano de 2017, os números de acessos e de seguidores do Facebook estiveram estáveis, apresentando pouca oscilação em comparação com os dados de 2016. Analisando os números, vemos que o trabalho feito pela ACP tem sido acompanhado e partilhado. No entanto, estamos cientes de que poderemos fazer mais por forma a aumentar a visibilidade com ações estratégicas com o objetivo de atingir mais pessoas e levar os valores olímpicos mais longe.

"Gostos" e seguidores

Houve pouca variação do número de total de "gostos" e de seguidores, sendo todos eles de origem orgânica, ou seja, não são "gostos" pagos. As pessoas têm interesse no conteúdo partilhado no perfil da ACP e, por isso, colocam "gosto".

A título de comparação:



* Dados da ACP correspondentes a 31 de Dezembro de cada ano; no caso da AOI, mencionam-se o número atual extraído no dia 4/2/2018, às 14h10

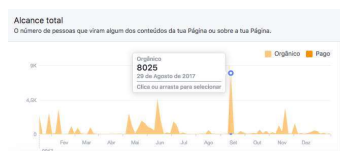


2017

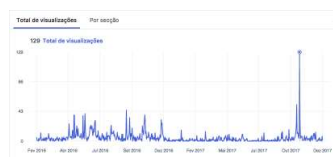
2016



Alcance

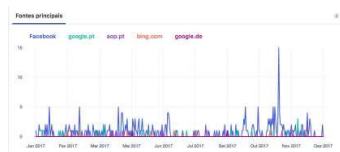


Visualizações de Páginas e Reações



- Público Alvo

- Fonte



III.10 "Recortes"

- Revista Olimpo

Nas três edições lançadas em 2017 da revista «Olimpo», apenas a edição número 149 destacou a atividade da AOP, através de uma pequena notícia a dar conta das eleições ocorridas na AOP.



- The Official Journal of the International Olympic Academy

Na edição 11 e 12 do Jornal da Academia Olímpica Internacional foi dado destaque especial ao papel da Educação Olímpica através da boa governação no movimento Olímpico. No âmbito das atividades desenvolvidas pelas academias olímpicas nacionais e no que respeita à AOP, foi dado especial relevo à sessão anual realizada em Reguengos de Monsaraz, à exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade» e ao lançamento do concurso para a criação de uma mascote da AOP.



- Região de Leiria



- Sessão Anual

A XXVIII Sessão Anual e 9.ª Sessão para Membros da AOP teve grande destaque nas redes sociais. Destaque na "Tribuna do Alienteço":



Reportagem da Rádio Campanário:



Reportagem da Rádio Campanário sobre a sessão anual da AOP em Reguengos de Monsaraz. O texto descreve a importância do evento e a participação de diversos membros da academia.

Também os sites www.vitaljanda.com/, www.evangel.pt, www.municipiodefreguesias.pt, www.mafroves.com.pt e <http://www.papelafroves.pt/> destacaram o evento.





O site oficial da Federação de Patinagem de Portugal também deu destaque à sessão anual:



IV ATIVIDADE INTERNACIONAL

IV.1 Academia Olímpica Internacional



- **6 e 13 de maio**, Tiago Nunes Viegas representou a AOP na 14.ª Sessão Internacional da AOI para Presidentes ou Diretores de Academias Olímpicas Nacionais.



A participação na 14.ª sessão Internacional da AOI para Presidentes ou Diretores de Academias Olímpicas Nacionais foi bastante importante, pois entre outros objetivos, serviu para reforçar a ligação ao trabalho que está já a ser desenvolvido em algumas academias na Europa e integrar a nossa academia na intenção de criar a Associação das Academias Olímpicas Europeias. A AOP não tinha estado presente no 1.º Congresso que decorreu em Baku (Azerbaijão), pelo que era desconhecida a nossa posição sobre esta matéria.

A sessão esteve subordinada ao tema geral «Governação no Desporto e no Movimento Olímpico». O presidente da AOP foi ainda convidado de forma inesperada para ler o discurso de abertura da 14.ª sessão.

- **25 de maio a 1 de junho**, Ilda Dias representou a AOP na 12.ª Sessão Internacional da AOI para Professores de Faculdades e Institutos de Educação Física.



Estando prevista a participação de dois representantes na 12.ª Sessão Internacional da AOI para Professores de Faculdades e Institutos de Educação Física, Ilda Dias e Fernando Vieira, apenas a primeira esteve presente.

«A Boa Governação no Desporto e no Movimento Olímpico» foi tema central da sessão.

A sessão internacional para educadores é uma iniciativa bienal da Academia Olímpica Internacional que vai na 12.ª edição, tendo este ano contado com participação portuguesa, a cargo de Ilda Dias, professora do Instituto Universitário da Maia (ISMA) e membro da Academia Olímpica Portugal. Além da participação no trabalho plenário e nos grupos de discussão, Ilda Dias fez uma breve comunicação sobre governação desportiva associada a políticas municipais, assinalando que, no contexto da governação local, a integração da sociedade civil requer mecanismos democratizados, suportados por uma descentralização administrativa e pela participação ativa dos cidadãos na gestão municipal.

- **17 de junho a 1 de julho**, Andréia de Almeida representou o CQP na 37.ª Sessão Internacional da AOI para Jovens Participantes.



Centrado nos temas «A Governação no Desporto e no Movimento Olímpico» e «Ética, Educação e Governação no Movimento Olímpico», o programa de quase duas semanas contemplou não apenas sessões plenárias (12 comunicações) e trabalhos de grupo mas também visitas aos museus e espaços arqueológicos de Delíio e Olímpia e ao Arquivo Histórico Atenas-2004 e ainda workshops de literatura, poesia, dança, artes plásticas e sobre o Programa Educativo para os Valores Olímpicos.

Os participantes tiveram ainda oportunidade de alinhar na Corrida do Dia Olímpico, realizada a 23 de junho, na cidade de Olímpia. A sessão contou com mais de 150 participantes, provenientes de 90 países, incluindo Portugal, representado por Andréia de Almeida, membro da AOP desde 2015.

IV.2 Academias Olímpicas de Língua Portuguesa

A Presidente da AOP, Tiago Nunes Viegas, e a presidente da Academia Olímpica Cabo-verdiana (AOC), Eduardo Visconde, reuniram em Lisboa, para análise de perspetivas de colaboração entre as duas estruturas. Nesta reunião, um dos temas analisados foi o da capacidade de desempenho administrativo e de comunicação de ambas as academias, tendo a AOP elencado as soluções adotadas nos dois casos e os resultados que através deles têm sido obtidos. Jovem academia, fundada há apenas dois anos, a AOC enfrenta agora o desafio de implantar-se num país com tradições desportivas e atletas de nível internacional, procurando afirmar o primado dos valores olímpicos como mais formativo de uma cultura desportiva que se pretende enriquecer. Nessa perspetiva, o presidente da AOP assinalou a total disponibilidade para colaboração, tanto no plano bilateral como no contexto da Associação Pan-léica de Academias Olímpicas. O desenvolvimento de projetos conjuntos poderá ser um dos meios para concretizar a ligação estreita que se vai estabelecendo entre as academias olímpicas dos dois países, ligados por seculares laços históricos e por relações no domínio olímpico que, no referente às academias olímpicas, vêm desde que a AOP começou a levar a efeito as sessões anuais, com a presença de participantes cabo-verdianos.



IV.3 Academias Olímpicas Europeias

Os delegados à 3.ª Conferência das Academias Olímpicas Nacionais da Europa, realizada em Albena, a 8 e 9 de junho, declararam por unanimidade a fundação da Associação das Academias Olímpicas Nacionais Europeias, designada pela sigla inglesa ENOA. Conforme estabelecido, a associação serve o propósito da promoção do ideal olímpico e a defesa dos valores éticos, educativos, sociais e culturais do desporto no espírito dos princípios fundamentais e da Regra 28 da Carta Olímpica. Nesse desígnio, a nova associação elega como parceiros privilegiados a Academia Olímpica Internacional, os comités olímpicos nacionais da Europa, a associação Comités Olímpiques Europeus, as associações europeias de federações desportivas e outras organizações e instituições com objetivos afins. Na mesma ocasião, os signatários da declaração mandaram uma comissão para tratar das questões formais, legais e organizacionais em vista a elaboração dos estatutos da associação, que serão apresentados durante a 4.ª conferência, prevista para 2018.



IV.4. Publicações

Estudo das pegadas em megaeventos desportivos

Apresentado no dia 11 de setembro no Rio de Janeiro, numa sessão com significativas repercussões mediáticas no Brasil, o livro «Mega Events Footprints: Past, Present and Future» está já disponível na Internet para consulta ou descarga gratuita. A obra é composta por 82 artigos que se estendem por 1596 páginas, resultando de um projeto coordenado por Leonor Mataruna e Bianca Gama Pena.

Os temas são abordados por investigadores universitários, tratando desde o ponto de vista do Estado brasileiro sobre os Jogos de 2016 até uma análise retrospectiva dos Jogos de Sydney-2000 ou de Atenas-2004, passando pela relação dos média com os Jogos, pelos 2.ª Jogos da Lusofonia, pela ligação entre desporto e educação, pelos Jogos Paralímpicos ou ainda por aspetos sombrios relativos à cidade anfitriã, entre muitos outros. O tratamento de cada um dos temas desenvolvidos segue a perspetiva das «pegadas» deixadas pelos Jogos nos diferentes domínios sociais em discussão, tendo os textos uma estruturação quadripartida: introdução, discussão, «footprints» e considerações futuras.

O livro tem uma formulação bilingue, com os artigos em versões nas línguas portuguesa e inglesa.

O projeto que está na base da criação deste livro tem a colaboração da Academia Olímpica de Portugal, cujo presidente foi autor de um dos capítulos da consequente compilação.

- Coleção «Sessões AOP»
Vitor Serpa – «A Ideologia Olímpica»

Dando continuidade à publicação de títulos na coleção «Sessões AOP», o ano de 2017 conheceu a publicação do número quatro da série. Tratou-se de «A Ideologia Olímpica», da autoria do jornalista Vitor Serpa, partindo da comunicação apresentada pelo autor durante a sessão comemorativa do 29.º aniversário da AOP, realizada no Auditório Comandante Vicente Moure, na sede do COP a 5 de dezembro de 2015.

Nesta obra, o autor desenvolve uma reflexão sobre a evolução do Olimpismo moderno, desde as formulações iniciais de Pierre de Coubertin até aos desafios olímpicos dos tempos atuais, passando pela evolução dos valores e das conceções do desporto ao longo do século XX.

Ao longo o texto, as ideias apresentadas são contextualizadas com aspetos da história olímpica moderna, tanto no que se refere à realização das diferentes edições dos Jogos Olímpicos como na menção aos congressos olímpicos e às mais importantes decisões tomadas em cada um.

V
CONTAS

Sendo 2017 um ano pós-Jogos Olímpicos, era expectável uma quebra de atividades em relação ao ano 2016. No entanto foi necessário algum rigor por forma a serem honrados todos os compromissos já assumidos pelo anterior CD e custear os novos projetos.

Mesmo assim, a AOP conseguiu fechar o ano a haver € 6.626,52 por parte do COP relativos a valores já organizados no plano de atividades e orçamento para o ano 2017.

De salientar que, com a necessidade da impressão do livro de atas do congresso da APAO que se realizou em Cascais em 2014 e do livro dos 30 anos da AOP, será necessário alocar essa verba ao Orçamento de 2018.

Movimento de Receitas e Despesas Referente ao Ano 2017			
Movimento de Receitas em €		Movimento de Despesas em €	
Transferência do COP (Orçamentado 48.300,00)	48.300,00	Remunerações e Encargos Funcionário	20.743,66
Transferências feitas pelo COP	41.673,48	31.º Aniversário	
Memorando Solidariedade Olímpica	570,78	Organização	62.391
31.º Aniversário		XVIII Sessão Anual 9.º Sessão para Membros	
Venda de «O Meu Setor no 31.º Aniversário	91,00	Organização	4.690,21
XVIII Sessão Anual 9.º Sessão para Membros		Comunicações / Diversos	751,17
Inscrições	775,00	Reuniões do Conselho Diretivo	894,78
		Material de Escritório	239,45
		Deslocações	
		Parque Auto	3,95
		Viagens	1.709,09
		Portagens	322,45
		Refeições	125,27
		Comunicação	245,45
		Informação e Documentação	3.655,95
		Atividades Internacionais	
		Sessões AOP	1.546,88
		Qualificação APAO	212,00
		Conferência Academias Olímpicas da Europa (Atenas)	589,89
		Deslocações	6.807,38
		Despesas Administrativas	348,76
Total	43.110,26	Total	43.110,26

Academia Olímpica de Portugal
Lisboa, 17 de fevereiro de 2018

7.6. Relatório de Atividades 2018

Comité Olímpico de Portugal Academia Olímpica de Portugal	Relatório de Atividades e Contas – 2018
	Em cumprimento do estabelecido na alínea e) do número 2 do artigo 11.º do Regulamento Geral da Academia Olímpica de Portugal, apresenta-se de seguida o Relatório de Atividades e Contas, referente ao ano de 2018
Relatório de Atividades e Contas – 2018 –	
Lisboa, 5 de Fevereiro de 2019	Para apresentação, discussão e votação pelos membros da AOP em Assembleia Plenária a realizar para o efeito, em 16 de fevereiro de 2019, em Lisboa
	Comité Olímpico de Portugal AOP – Academia Olímpica de Portugal
Relatório de Atividades e Contas – 2018	Relatório de Atividades e Contas – 2018
ÍNDICE	I
I INTRODUÇÃO	I.1. Nota introdutória
I.1. Nota introdutória ... 4	O ano de 2018 serviu para implementar os projetos que o Conselho Diretivo se tinha comprometido a realizar e que não tinha sido possível concretizar anteriormente.
II ORGÂNICA	Infelizmente, devido a restrições orçamentais que levaram o Comité Olímpico de Portugal a reajustar os custos dos diversos projetos, não se conseguiu concluir o ano com o lançamento do livro dos 30 anos da AOP nem com a versão portuguesa do “Your Olympic Guidebook”.
II.1. Composição do Conselho Diretivo ... 5	No plano nacional, a AOP manteve o seu estreito relacionamento com as autarquias, as escolas e as coletividades, procurando sempre que possível dar resposta às solicitações que nos foram chegando.
II.2. Reuniões do Conselho Diretivo ... 6	O próprio aniversário foi exemplo disso, ao ser realizado num clube ao qual a AOP esteve associada durante todo o ano nas comemorações do seu centenário: o Lisboa Ginásio Clube.
II.3. Assembleias Plenárias ... 7	As solicitações de apoio por parte das autarquias para fundamentar as suas candidaturas a cidades europeias do desporto são também exemplo da notoriedade da AOP.
II.4. Reuniões da Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal ... 8	O maior envolvimento dos membros com o dia-a-dia da AOP continuou a ser um dos nossos objetivos, sendo que vários membros estiveram presentes em eventos, representando a AOP.
II.5. Reuniões do Conselho Nacional do Desporto ... 8	No plano internacional, a AOP manteve o relacionamento regular com as três entidades de maior expressão: a Academia Olímpica Internacional, as Academias Olímpicas Europeias e a Associação Pan-ibérica de Academias Olímpicas.
II.6. Novos Membros ... 11	Ainda neste plano, esteve também a AOP presente no primeiro fórum organizado no âmbito dos Jogos Olímpicos da Juventude, “Olympism in Action”, que se realizou em Buenos Aires e teve como objetivo juntar a família olímpica em torno da discussão do futuro dos Jogos Olímpicos e do próprio Olimpismo enquanto filosofia de vida.
II.7. Relatório administrativo ... 11	A convite do Comité Olímpico de Portugal, esteve o presidente da AOP presente nos Jogos do Mediterrâneo, que se realizaram em Tarragona, Espanha, onde se fez o acompanhamento aos atletas portugueses presentes em competição.
III ATIVIDADE NACIONAL	O Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequeira foi também realizado, dando continuidade a este projeto cuja designação presta homenagem ao membro da AOP e ilustre jornalista que o propôs.
III.1. XXX Sessão Anual ... 11	Estes foram apenas alguns dos vetores onde a AOP centrou as suas atenções.
III.2. Jogos de Quefles ... 12	É neste contexto de atuação que se procura apresentar o presente relatório de atividades e contas, para que todos os membros possam manifestar-se, através dos seus contributos, alertando para eventuais erros, lapsos ou omissões detetados.
III.3. Mascote AOP ... 13	
III.4. Prémio David Sequeira ... 13	
III.5. Ações divulgação do Olimpismo ... 13	
III.6. Representação Institucional ... 14	
III.7. Outras atividades/Ações ... 17	
III.8. Website, Facebook, Youtube e Newsletter ... 20	
III.9. Recortes ... 23	
IV ATIVIDADE INTERNACIONAL	
IV.1. Academia Olímpica Internacional ... 24	
IV.2. Academias Olímpicas de Língua Portuguesa ... 25	
IV.3. Academias Olímpicas Europeias ... 26	
IV.4. Publicações ... 27	
V Contas ... 27	
Comité Olímpico de Portugal AOP – Academia Olímpica de Portugal	Comité Olímpico de Portugal AOP – Academia Olímpica de Portugal

II

ORGÂNICA

II.1. Composição do Conselho Diretivo

Cargo	N.º Membro	Nome
Presidente	633	Tiago Nunes Viegas
Vice-Presidente	710	José Esteves
Vice-Presidente	695	Gustavo Marcos
Vogal	703	Afonso Candeias
Vogal	700	Marta Lopes
Suplente	723	Susana Feltor
Suplente	731	Tiago Venâncio

II.1.1. Coordenação setorial

Marketing e Comunicação	739	Bibiana Farias
-------------------------	-----	----------------

II.2. Reuniões do Conselho Diretivo

Durante o ano de 2018, o Conselho Diretivo da AOP realizou onze reuniões mensais, das quais foram lavradas as respetivas atas, que se encontram arquivadas nos formatos digitais (*doc e *pdf) e em papel na sede da AOP.

- 10 de janeiro
- 17 de fevereiro
- 14 de março
- 10 de abril
- 22 de maio
- 12 de junho
- 17 de julho
- 27 de setembro
- 24 de outubro
- 14 de novembro
- 12 de dezembro

Em todas as reuniões foram feitas as respetivas convocatórias, tendo nelas sido apresentadas e discutidas, entre os mais variados assuntos da gestão corrente, as seguintes propostas:

Reunião de 10 de janeiro

Reunião de 17 de fevereiro

- Proposta 35/2018/TV – Calendarização de reuniões do CD-AOP
- Proposta 36/2018/TV – Calendarização de atividades dos membros do CD-AOP
- Proposta 37/2018/TV – Coordenação de Marketing e Comunicação do CD-AOP

Reunião de 14 de março

- Proposta 38/2018/AC – Novo Membro José Rondão
- Proposta 39 /2018/TV – Aquisição de webcam
- Proposta 40/2018/TV – Novo Membro Ana Araújo
- Proposta 41/2018/TV – Novo Membro Ana Moreira

Reunião de 10 de abril

- Proposta 42/2018/TV – Conversas Olímpicas ESE Viseu

Reunião de 22 de maio

- Proposta 43/2018/TV – Novo Membro José Simões
- Proposta 44/2018/TV – Novo Membro Ana Ramos

Reunião de 13 de junho

- Proposta 45/2018/GM – Novo Membro Jorge Ferreira
- Proposta 46/2018/ML – Criação Video Institucional
- Proposta 47/2018/ML – Criação Quir Digital

Reunião de 17 de julho

- Proposta 48/2018/COIGIS – Atividade Sessão Anual Braga

Reunião de 27 de setembro

Reunião de 24 de outubro

Reunião de 14 de novembro

- Proposta 49/2017/TV – Novo Membro Leonardo Mataruna
- Proposta 50/2017/AC – Novo Membro Catarina Teixeira
- Proposta 51/2017/TV – Novo Membro Germano Arroyo

Reunião de 12 de dezembro

- Proposta 52 -2018 TV – Calendarização reuniões do CD 2019

II.3. Assembleias Plenárias

O ano de 2018 conheceu a realização de duas assembleias plenárias, ambas com o caráter ordinário, conforme previsto no Regulamento Geral.

A primeira teve lugar no dia 17 de Fevereiro, para apresentação, discussão e votação do Relatório de Atividades e Contas de 2017 e outros assuntos.

O relatório foi aprovado por unanimidade sem alterações.

Estiveram presentes 21 membros.

A segunda reunião teve lugar no dia 13 de Outubro, para apresentação e discussão e votação do Plano de Atividades e Orçamento para 2019, informações e outros assuntos.

O Plano de Atividades e Orçamento foi aprovado por unanimidade sem alterações.

Estiveram presentes 16 membros.

De realçar que esta Assembleia Plenária serviu como evento-teste para as transmissões online através de streaming em direto, o que permitiu mais membros poderem assistir sem terem de deslocar-se ao Comité Olímpico de Portugal.

II.4. Reuniões da Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal

A AOP esteve presente nas nove reuniões da Comissão Executiva do COP, tendo sempre tido um papel ativo, no sentido de uma colaboração mais próxima.

Reunião 30 de janeiro

Reunião 27 de fevereiro

Reunião 27 de março

Reunião 29 Maio

Reunião 19 Junho

Reunião 31 Julho

Reunião 2 Outubro

Reunião 6 Novembro

Reunião 18 Dezembro

II.5. Reuniões do Conselho Nacional do Desporto

A AOP esteve presente nas duas reuniões do Conselho Nacional do Desporto (CND) que tiveram lugar em 2018: a 5 de Julho, na Galeria do Centro de Juventude de Lisboa, e a 18 de Dezembro, no Centro de Caparide do Ministério da Educação, tendo sido abordados os seguintes assuntos:

Reunião de 5 de Julho

- Tomada de posse novos membros
- Regimento do Conselho Nacional do Desporto;
- Prémios a árbitros propostos pelo plenário do CND no âmbito do artigo 7.º da Portaria n.º 130/2014, de 15 Maio, aos seguintes Árbitros, Juizes, Jüris ou equipas de arbitragem:
 - Carlos Alberto Paraiso da Silva – Árbitro – Final feminina do Campeonato da Europa (Yekaterinburg, Rússia, 2015) – Federação Portuguesa de Ténis de Mesa;
 - Joaquim Fernando Araújo Pinto – Juiz – Final do Campeonato do Mundo Seniores Masculinos (La Roche Sur Fon, França, 2015) – Federação de Patinagem de Portugal;
 - Sandra Deveza – Árbitra – Campeonato do Mundo de Voleibol de Praia (Apeldoorn, Holanda, 2015) – Federação Portuguesa de Voleibol;
- Inscrição no RADAR – Audição do CND, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 325/2010, de 16 junho, relativa à inscrição no Registo de Agentes Desportivos de Alto Rendimento (RADAR) dos seguintes praticantes desportivos:
 - Henrique Filipe Camarate Chaves – Federação Portuguesa de Automobilismo e Karting;
 - Bruno Rafael Santos Pereira – Federação de Ginástica de Portugal;
 - Tiago Leandro Batalha – Federação Portuguesa de Futebol.

Reunião 18 de Dezembro

- Reflexão conjunta: Relação entre o Desporto e a Escola
- Ponto de situação sobre o funcionamento dos Grupos de Trabalho criados no âmbito do CND:

- Relatório de Atividade e Contas – 2018*
- Grupo de Trabalho para acompanhamento do Programa do Desporto Escolar;
 - Grupo de Trabalho para uma abordagem multi-institucional das temáticas associadas à violência no desporto.

-Inscrição no RADAR – Audição do CND, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 325/2010, de 16 junho, relativa à inscrição no Registo de Agentes Desportivos de Alto Rendimento (RADAR) dos seguintes praticantes desportivos:

- **Duarte Nuno Quirino Oliveira Pacheco de Souza** – Federação de Patinagem de Portugal

Prémios de Mérito Desportivo – Parecer do CND, no âmbito do artigo 8.º da Portaria n.º 103/2014, de 15 maio

• **PRÉMIOS – ÁRBITROS – ARTIGO 7.º, DA PORTARIA N.º 103/2014, DE 15 DE MAIO**

- **Joaquim Fernando Araújo Pinto e Paulo Alexandre Rainha Pereira Miranda** – 2017 - F Patinagem P - Inf. SC. DDF. 1160/2018
- **Artur Manuel Ribeiro Soares Dias** – 2017, 2018 – FP Futebol - Inf. SC. DDF. 1380/2018
- **Maria Helena de Carvalho D'Azevedo Luiz da Silva Bastos** – 2018 – FP Desporto para Pessoas com Deficiência - Inf. SC. DDF. 1335/2018
- **Sandra Maria Cardoso da Rocha Monteiro** – 2018 - FP Desporto para Pessoas com Deficiência - Inf. SC. DDF. 1336/2018

• **PRÉMIOS DE ALTO RENDIMENTO – ARTIGO 8.º, DA PORTARIA N.º 103/2014, DE 15 DE MAIO**

- **SN de Shotgun / Fosso Olímpico /TR 125, 1.º Lugar** - Campeonato da Europa de Fosso Olímpico (Baku 2017, Prémio n.º 1324), FP Tiro com Armas de Caça, Inf. SC. DDF. 0870/2018
- **SN Masculina de Futebol de Praia, 1.º Jogos Europeus** (Baku, 2015, Prémio n.º 1140), Federação Portuguesa de Futebol, Inf. SC. DDF. 0975/2018
- **Sara Rocha** – 3.º lugar - Campeonato da Europa de Pool (Veldhoven, 2018, Prémio n.º 1337) – FP Bilhar, Inf. SC. DDF. 1120/2018
- **Equipa Feminina – 1.º lugar - Campeonato da Europa de Pool** (Holanda, 2018, Prémio n.º 1338) – FP Bilhar, Inf. SC. DDF. 1121/2018
- **SN Padel – 2.º Lugar - Equipas Masculinas** - Campeonato da Europa de Padel, Estoril 2017 – FP Padel, Inf. SC. DDF. 1351/2018
- **SN Padel – 2.º Lugar - Equipas Femininas** - Campeonato da Europa de Padel, Estoril 2017 – FP Padel, Inf. SC. DDF. 1349/2018
- **Ana Nogueira e Filipa Mendonça** – Pares - 2.º Lugar - Campeonato da Europa de Padel, Estoril 2017 – FP Padel, Inf. SC. DDF. 1348/2018

Estatuto de Utilidade Pública Desportiva - Emissão de Pareceres do CND sobre a atribuição ou recusa do estatuto de UPD, nos termos do disposto no artigo 18.º do regime jurídico das federações desportivas:

Comité Olímpico de Portugal 9
AOP - Academia Olímpica de Portugal

Relatório de Atividade e Contas – 2018

II.6. Novos membros

No decorrer do ano de 2018 assumiram a condição de membros da AOP nove elementos:

- Ana Martins Araújo
- Ana Rita Moreira Ribeiro
- José Alberto Assunção Rondão
- Ana Carolina Nascimento Ramos
- José Carlos Pereira Simões
- Jorge Manuel Dias Ferreira
- José Germano Francisco Arroyo
- Catarina Gomes Teixeira
- Leonardo José Mataruna-dos-Santos

Estes elementos obtiveram a condição de membros da AOP pela participação nos "cursos" do Olimpismo, também designados por Sessões Anuais, desenvolvidos pela AOP, bem como pela ligação que têm vindo a ter com AOP, procurando desenvolver ações no âmbito do Olimpismo.

No ano de 2018 ninguém obteve a condição de membro da AOP pelo "reconhecido mérito por serviços relevantes prestados ao Movimento Olímpico".

II.7. Relatório administrativo

O trabalho administrativo manteve um elevado rigor organizativo, registando-se os seguintes dados:

- registos de entrada (comunicações externas recebidas): 902;
- ofícios produzidos: 82;
- circulares enviadas: 11;
- declarações emitidas: 4.

III. ATIVIDADE NACIONAL

III.1. XXIX Sessão Anual e 10.ª Sessão para Membros

A AOP levou a efeito em Braga a XXIX Sessão Anual e 10.ª Sessão para Membros, cujos trabalhos decorreram no Museu D. Diogo de Sousa, entre os dias 26 e 28 de Outubro de 2018. A temática da sessão conjunta foi «Os valores olímpicos na formação do atleta». O total de participantes foi de 38, sendo 28 relativos à Sessão Anual e 10 da Sessão para Membros, neles se incluindo dois representantes da Academia Olímpica Angolana. À semelhança do ano anterior, as duas sessões, sendo realizadas em conjunto, tiveram momentos em separado e a decorrer em simultâneo, fazendo assim a distinção entre programas de ambas as sessões. A cerimónia inaugural, aberta a todos os interessados, decorreu no Auditório do Museu D. Diogo de Sousa, tendo cabido à vereadora do Desporto, Juventude, Associativismo, Saúde e



Comité Olímpico de Portugal 11
AOP - Academia Olímpica de Portugal

- Relatório de Atividade e Contas – 2018*
- **Federação Portuguesa de Boccie;**
 - **Federação Portuguesa de Kitesports;**
 - **Federação de Ju-Jitsu e Disciplinas Associadas de Portugal;**
 - **Federação Nacional de Ju-Jitsu de Portugal;**

7. Ponto de situação sobre os processos legislativos já debatidos no âmbito do CND:

- Alteração da Lei n.º 39/2009, de 30 de julho, que estabelece o regime jurídico do combate à violência, ao racismo, à xenofobia e à intolerância nos espetáculos desportivos, de forma a possibilitar a realização dos mesmos com segurança;
- Alteração da Lei n.º 40/2012, de 28 de agosto, que estabelece o regime de acesso e exercício da atividade de treinador de desporto;
- Criação do Estatuto do Estudante Atleta do Ensino Superior;
- Alteração da Portaria n.º 103/2014, de 15 de maio, que fixa os resultados desportivos a considerar, o montante e os termos da atribuição de prémios em reconhecimento do valor e mérito de êxitos desportivos;
- Decreto-Lei n.º 273/2009, de 1 de outubro, que estabelece o regime jurídico dos contratos-programa de desenvolvimento desportivo;

8. Discussão sobre novas medidas legislativas já em curso:

- Lei n.º 38/2012, de 28 de agosto, que aprova a lei antidopagem no desporto, adotando na ordem jurídica interna as regras estabelecidas no Código Mundial Antidopagem;
- Decreto-Lei n.º 155/2012, de 18 de julho, que estabelece o regime de proteção jurídica a que ficam sujeitos os símbolos olímpicos e reforça os mecanismos de combate a qualquer forma de aproveitamento ilícito dos benefícios decorrentes do uso dos mesmos;

9. Agendamento, a pedido do Comité Olímpico de Portugal – Discussão do tema: Relacionamento institucional entre a Administração Pública Desportiva e o Movimento Desportivo.

Comité Olímpico de Portugal 10
AOP - Academia Olímpica de Portugal

Relatório de Atividade e Contas – 2018

Bem-estar da Câmara Municipal de Braga, Maria do Sameiro Araújo, fazer uma comunicação de abertura subordinada ao tema «O Atleta Olímpico – da formação à excelência».

Todos os trabalhos decorreram nestas instalações, quer no auditório, quer em salas destinadas aos trabalhos de grupo, subordinados aos seguintes temas e oradores: Dia 26, 1.º painel, sala 1, «A Academia Olímpica de Portugal na formação do atleta», por Tiago Viegas; 1.º painel, sala 2, «O corpo em desuso. Que valores para o futuro?», por Cláudia Santos, em representação da Comissão Olimpismo, Igualdade de Género e Inclusão Social; 2.º painel, «Os valores olímpicos para os atletas da antiguidade e os valores nos tempos modernos», por Aníbal Justimiano; 3.º painel, «Pierre de Coubertin, o atleta e os valores olímpicos», por Gustavo Marcos; 4.º painel, «A universalidade e o atleta», por Fernando Parente; 5.º painel, «Ciclismo português nos Jogos Olímpicos. Passado, presente e futuro», por Delmínio Pereira; 6.º painel, «A importância dos valores olímpicos na minha formação», mesa-redonda com Albertina Machado, Emanuel Silva e Susana Feltor. Dia 27, 7.º painel, Apresentação dos relatórios das Sessões AOI – 58.ª Sessão para Jovens, por Germano Arroyo; Apresentação de atividades de membros da AOP, por Bibiana Farias, Fernando Andrade, Telma Banta, Teresa Rocha e Rosa Martins; 8.º painel, «Academia Olímpica do Lezoto. Que realidade?», por Letiziat Ntshobane; 9.º painel, Apresentação do livro «Novas Interações Cognitivas e Virtuais da História do Esporte e dos Estudos Olímpicos», por Leonardo Mataruna. O programa contemplou ainda uma visita cultural ao centro histórico de Braga, acompanhada por técnicos da autarquia da área da Cultura, com um percurso pedonal onde os guias foram brindando os participantes com histórias relativas aos locais, edifícios e monumentos incluídos no circuito da visita.

Em paralelo com a sessão, a exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade» esteve patente no dário do Museu D. Diogo de Sousa, desde o dia da abertura da sessão até 23 de novembro, com visitas de grupo de alunos de escolas do município, além das visitas individuais. Na organização da sessão, a AOP contou com a colaboração da Câmara Municipal de Braga e da Comissão de Atletas Olímpicos.

III.2 - IX Jogos de Queilfes

A nona edição dos Jogos de Queilfes teve lugar entre 11 e 25 de maio, voltando a contar com a colaboração da AOP enquanto entidade parceira. As atividades foram dirigidas aos alunos dos 3.º e 4.º anos do 1.º ciclo do ensino básico, assentando nas seguintes modalidades: basquetebol, atletismo, natação, lenco grego (Introd. lutas amadoras), rugby, andebol, futebol e equitação adaptada, além de uma marcha subordinada ao tema "viver o Olimpismo".



O programa desenvolveu-se em pelo cidades – Faro, Loulé, Odião, São Brás de Alportel, Tavira e Ayamonte (Espanha) – tendo a cerimónia de abertura decorrido em São Brás de Alportel, com presença do presidente do Comité Olímpico de Portugal, José Manuel Constantino.

A cerimónia de encerramento foi oportunidade para uma experiência interativa de pendor desportivo e cultural, com a possibilidade de alunos e professores experimentarem 16 modalidades desportivas, participarem num ateliê de valores (dinamizado pelo PHED) e assistirem a um espetáculo cultural a cargo de diversas coletividades do concelho de Faro.

Comité Olímpico de Portugal 12
AOP - Academia Olímpica de Portugal

Relatório de Atividades - 2018

Os IX Jogos de Queilhes registaram a participação de cerca de 1500 alunos, de escolas públicas e privadas de Portugal e Espanha: Albufeira, Alcoutim, Ayromonte, Faro, Ferreira do Alentejo, Lagoa, Lagos, Loulé, Olhão, Portimão São Brás de Alportel, Silves, Tavira e Vilaflanca.

III.3 - Mascote AOP

Com o lançamento do concurso da Mascote da Academia Olímpica de Portugal, pretendeu o Conselho Diretivo criar uma imagem que simbolizasse os Valores Olímpicos: Amizade, Respeito e Excelência.



O trabalho vencedor, apresentado pela Escola EB2 Cunha Rivara, do Agrupamento de Escolas de Arraiolos, representativo do cão-de-água português, consegue representar todos esses valores, que lhe são reconhecidos de diversas histórias.

No final de 2018 foi desenvolvido o processo de seleção da empresa que vai criar o fato da mascote, para entrada em produção no início de 2019.

III.4 - Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequeira

O Concurso de Imprensa Regional AOP, com a designação Prémio David Sequeira, em homenagem a esse ilustre membro da AOP, teve a sua primeira edição em 2017. No ano 2018 foi apresentado apenas um trabalho a concurso, mas, não preenchendo os requisitos exigidos pelo regulamento, entende o júri não atribuir o prémio.



III.5. Ações de divulgação do Olimpismo

Exposição "Mascotes Olímpicas. De talismã a símbolos de identidade"

Conforme previsto no plano de atividades, o ano de 2018 marcou um salto qualitativo na exposição itinerante subordinada ao tema "Mascotes Olímpicas. De talismã a símbolos de identidade".

À coleção das mascotes dos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno existentes no ano de 2017 (recorde-se, fruto de empréstimos por parte do Comité Olímpico de Portugal e de membros da AOP, como Paulo Ferreira, Carlos Gomes e Tiago Viegas, entre outras particulares) vieram juntar-se novas peças em 2018, fruto de doações à AOP, como sucedeu com a mascote dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2018, em Pyeongchang (Sohorang), por parte de Fernando Parente, ou de novos empréstimos, como sucedeu com várias peças que vieram substituir outras anteriormente utilizadas e entregando devolvidas aos respetivos proprietários.



Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

13

Relatório de Atividades - 2018

(patinagem), na Parede. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Parede Futebol Clube no respetivo pavilhão, na Parede.

4.mar – Taça do Mundo de Ginástica Acrobática, na Maia. Manuel Sousa representou a AOP na cerimónia de encerramento e na sessão de finais desta iniciativa, levada a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Complexo Municipal da Maia.

6.mar – Inauguração da Sala Moniz Pereira do Museu Nacional do Desporto, em Lisboa. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Museu Nacional do Desporto, em Lisboa.

8.mar – Cerimónia Evocativa do Dia Internacional da Mulher, em Lisboa. Afonso candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal no respetivo auditório, em Lisboa.

15.mar – Apresentação do desafio Voo a Tóquio 2020, em Lisboa. José Esteves representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal e pela agência Cosmos no auditório do COP, em Lisboa.

25.mar – Taça do Mundo de Ginástica Aeróbica, em Cantanhede. Mário Martins e Graciete Martins representaram a AOP na jornada das finais desta iniciativa, levada a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Pavilhão Os Mariálvas, em Cantanhede.

3.abr – Conferência Parlamentar «Violência no Desporto», em Lisboa. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, na Sala do Senado da Assembleia da República, em Lisboa.

7.abr – Apresentação do n.º 5 da revista «Análise Associativa», em Coimbra. Rui Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Confederação Portuguesa das Colectividades de Cultura, Recreio e Desporto no auditório da Escola Superior Agrária, em Coimbra.

4.mai – Apresentação dos IX Jogos de Queilhes, em Faro. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela organização dos Jogos de Queilhes no auditório da Direção Regional do IPDJ do Algarve, em Faro.

9.mai – Cerimónia de apresentação dos Prémios Ciências do Desporto, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal e pela Fundação Millennium BCP no Teatro Thalia, em Lisboa.

10.mai – 15.º Aniversário da Associação dos Atletas Olímpicos de Portugal, em Lisboa. José Esteves representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela AAOP no restaurante Caravela d'Ouro, em Alagés.

25.mai – Competição Mundial por Grupos de Idade e Campeonato do Mundo de Ginástica Aeróbica, em Guimarães. Ildio Torres representou a AOP nas cerimónias de abertura destas iniciativas, levadas a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Pavilhão Multiusos, em Guimarães.

Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

15

Relatório de Atividades - 2018

Durante o ano de 2018 esta exposição esteve patente em Vila do Conde (Biblioteca Municipal José Régio), Faro (Direção Regional do Algarve do IPDJ), Coimbra (Estádio Universitário), Barreiro (Biblioteca Municipal), Braga (Museu D. Diogo de Sousa) e Lisboa (Pavilhão do Complexo Desportivo Municipal do Casal Vistosos), graças ao apoio de diferentes entidades locais e ao impulso organizador de membros da AOP. O circuito da exposição foi também enriquecido com uma conjunto de filmes que, consoante as condições técnicas disponíveis em cada local da exposição, ou são incluídos no circuito da visita ou apresentados em espaço único instituído como pequeno auditório no início ou no fim da mostra.

Como parte integrante deste projeto, no ano de 2018 concretizou-se a elaboração de um desdobrável subordinado à mesma temática da exposição, que se constituiu como complemento pedagógico da iniciativa.

Na sequência da apresentação da exposição em Coimbra, no âmbito dos Jogos Europeus Universitários, foi possível proceder à tradução dos textos de parede para inglês, com a consequente criação de um documento bilingue de apoio à visita.

O ano de 2018 ficou ainda marcado nesta área pela escolha da empresa que no início de 2019 irá criar a exposição virtual das mascotes olímpicas, realizando os necessários registos videográficos e subsequente criação da solução digital em que assentará a disponibilização dessa variante de exposição na página oficial da AOP na internet.

III.6. Representação institucional

Como habitual, a AOP, entidade atuante no sistema desportivo nacional, é convidada a estar presente nos mais diversos eventos e ações que se realizam por todo o território nacional. Sendo a AOP constituída por todos os seus membros, continua a ser entendimento do atual CD que deve convidar-se os membros a assegurar as representações sempre que no Conselho Diretivo não haja possibilidade de corresponder aos convites ou quando questões de distância justifiquem alternativas de representação. Esta prática tem tido um excelente acolhimento por todos aqueles que são «desafiados» a desempenhar essas funções.

- Eventos:

17.jan – 22.ª Gala do Desporto, no Estoril. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa levada a efeito pela Confederação do Desporto de Portugal no Casino Estoril.

26.jan – Taça dos Vice-campeões Europeus de Corlebol, em Odivelas. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Federação Portuguesa de Corlebol no Pavilhão Multiusos de Odivelas.

5.fev – Apresentação da Missão aos Jogos Olímpicos de Inverno Pyeongchang 2018, em Lisboa. Afonso Candeias representou a AOP neste iniciativa levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal na respetiva sede, em Lisboa.

23.fev – 45.º Aniversário do Programa Escape Livre e 20.ª Gala Spa – A Nossa Seleção de Pilotos, na Guarda. Tiago Nunes Viegas representou a AOP neste iniciativa levada a efeito pelo Clube Escape Livre no Teatro Municipal da Guarda.

4.mar – Campeonato Nacional de Indoor 2018 e Torneio Nacional de Formação Indoor

Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

14

Relatório de Atividades - 2018

26.mai – 10.ª Sarau Gimnico, em Odivelas. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Câmara Municipal de Odivelas no Pavilhão Multiusos, em Odivelas.

26.mai – Gala do Centenário do Lisboa Ginásio Clube, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Lisboa Ginásio Clube no Pavilhão do Casal Vistosos, em Lisboa.

12.jun – Apresentação da Missão aos XVIII Jogos do Mediterrâneo, em Oeiras. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal no Forte de São João da Barra, em Oeiras.

16.jun – XXVII Regatam, em Reguengos de Monsaraz. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Sociedade Artística Reguengense no Pavilhão Gimnodesportivo Arquiteto Rosado Correia, em Reguengos de Monsaraz.

17.jun – XXX Gimnosar, em Reguengos de Monsaraz. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Sociedade Artística Reguengense no Pavilhão Gimnodesportivo Arquiteto Rosado Correia, em Reguengos de Monsaraz.

14.jul – III Gala do Voleibol AVAL, em Castro Verde. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Associação de Voleibol do Alentejo e Algarve no Cineteatro Municipal de Castro Verde.

15.jul – Cerimónia de Abertura dos Jogos Europeus Universitários, em Coimbra. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Comissão Organizadora da 4.ª edição dos Jogos Europeus Universitários Coimbra-2018 no Paço das Escolas da Universidade de Coimbra.

28.jul – Cerimónia de Encerramento dos Jogos Europeus Universitários, em Coimbra. Rui Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Comissão Organizadora da 4.ª edição dos Jogos Europeus Universitários Coimbra-2018 no Campo Principal do Estádio Universitário de Coimbra.

27.set – Cerimónia de Entrega de Prémios de Mérito Desportivo da Universidade de Coimbra, em Coimbra. Rui Costa representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Reitoria da Universidade de Coimbra no Pavilhão 1 do Estádio Universitário, em Coimbra.

2.out – Apresentação da Missão de Portugal aos Jogos Olímpicos da Juventude Buenos Aires-2018, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Comité Olímpico de Portugal na Casa da América Latina, em Lisboa.

16.out – XI Gala da Federação Académica do Desporto Universitário, em Lisboa. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela FADU no Teatro Tivoli BBVA, em Lisboa.

17.out – Cerimónia de abertura do Campeonato da Europa de TeamGym, em Odivelas. José Esteves representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Federação de Ginástica de Portugal no Pavilhão Multiusos, em Odivelas.

Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

16

26.out – Cerimónia de Abertura do VII Congresso da Sociedade Científica de Pedagogia do Desporto, em Rio Maior. Susana Feltor representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela SCDP na Escola Superior de Desporto de Rio Maior.

2.nov – Gala do Desporto 2018, em Odivelas. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Câmara Municipal de Odivelas, no Pavilhão Multissuís, em Odivelas.

4.nov – Jantar de Gala das Comemorações do Centenário do Lisboa Ginásio Clube, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo LGC no restaurante Jardim Mundial, em Lisboa.

11.nov – Campeonato Nacional de Absolutos & Campeonato Nacional Paralímpico & Campeonato Nacional de Judo Adaptado Deficiência Intelectual – Síndrome de Down, em Odivelas. Afonso Candeias representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pela Federação Portuguesa de Judo no Pavilhão Multissuís, em Odivelas.

28.nov – Cerimónia de Entrega de Prémios U-Active Award, em Oeiras. José Esteves representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Instituto Português do Desporto e Juventude e pela Premival Consulting no Complexo de Piscinas do Centro Desportivo Nacional do Jamor, em Oeiras.

13.dez – Gala do 39.º aniversário do Panathlon Clube de Lisboa, em Lisboa. Tiago Nunes Viegas representou a AOP nesta iniciativa, levada a efeito pelo Panathlon Club de Lisboa no Real Palácio Hotel, em Lisboa.

III.7. Outras Atividades/Ações - Campo Olímpico Portugal by Bridgestone

A AOP participou nos dois campos de férias para jovens organizados pelo COP em 2018, na Pousada da Juventude da Serra da Estrela, na Covilhã, com a designação Campo Olímpico Portugal by Bridgestone. Primeiro, no campo de inverno (2 a 7 de abril), com uma sessão realizada no dia 3 de abril; depois, no campo de verão (1 a 7 de julho), com uma atividade levada a efeito a 3 de julho.



Em ambos os casos, a participação da AOP foi dinamizada por Cláudia Santos e Tiago Nunes Viegas e traduziu-se numa reconstituição dos Jogos Olímpicos da Antiguidade, através de um conjunto de atividades em que, com recurso a materiais criados pelos próprios participantes, se simulou um desfile cerimonial e a entrega de coroas de ramos de oliveira. Os participantes foram convidados a trajar «à rigor», incluindo-se na representação a personagem de Nike, a deusa alada que na cultura da Grécia antiga simbolizava a vitória. A oportunidade serviu ainda para familiarizar os jovens com alguns símbolos olímpicos modernos (bandeira e hino), numa experiência de envolvimento individual e coletivo. Como forma de enquadramento, foi feita uma apresentação introdutória sobre a AOP e os Jogos Olímpicos da Antiguidade.

Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

17

- Seminário Associativismo no Desporto e Atividade Física: Valores e Futuro

Contribuir para o debate sobre o papel do associativismo no desporto na sociedade atual e refletir sobre a importância do associativismo no desporto no contexto do paradigma do desporto para todos foram dois dos principais objetivos do Seminário Associativismo no Desporto e Atividade Física: Valores e Futuro, realizado a 4 de abril, na Escola Superior de Educação de Viseu (ESEV). Além de uma mesa-redonda sobre as realidades e o futuro do associativismo no desporto, o programa do encontro foi dividido em três painéis temáticos dedicados às potencialidades do associativismo, à ética e boa governança no associativismo e ainda às boas práticas do associativismo desportivo.



O presidente da AOP, Tiago Nunes Viegas, foi uma apresentação integrada no segundo painel, salientando o trabalho da Academia Olímpica na promoção dos valores associados ao Olimpismo, relacionando essa ação dos membros da AOP com o movimento associativo desportivo. Na ocasião definiu o perfil do dirigente desportivo enquanto agente promotor de valores e enquadrou a ação formativa da AOP com os princípios da boa governança estabelecidos pelo Comité Olímpico Internacional, no quadro da Agenda Olímpica 2020.

O seminário foi organizado pelo Clube de Orientação de Viseu – Natura, pela Escola Superior de Educação de Viseu (ESEV) e pela Freguesia de Viseu, tendo registado elevada presença de quase duas centenas de inscritos, entre os quais numerosos alunos da ESEV e dirigentes autárquicos e desportivos, com intervenção ativa nos momentos de debate.

- Acolhimento de visitas à sede da AOP/COP Curso de Gestão do Desporto da Faculdade de Motricidade Humana

A AOP acolheu 23 alunos do 1.º ano do curso de Gestão do Desporto, da Faculdade de Motricidade Humana, em visitas à sede do Comité Olímpico de Portugal e da Academia Olímpica de Portugal (AOP), em duas sessões realizadas nos dias 15 e 17 de outubro. Para os visitantes foi uma oportunidade para conhecer não apenas o edifício em que está instalada a entidade que superintende a ação olímpica em Portugal mas também os aspetos básicos do funcionamento do Movimento Olímpico e as funções dos comités olímpicos nacionais e das academias olímpicas. As conversas mantidas, com intervenção interessada dos estudantes e futuros gestores do desporto, permitiram abordar alguns desafios contemporâneos do desporto olímpico, além suscitarem referências à história olímpica antiga e moderna e à definição de conceitos elementares do Olimpismo. Esta visita resultou da iniciativa de Alcides Vieira Costa, membro da AOP e professor no referido curso.



Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

18

Curso de Técnicos de Informação e Animação Desportiva do Instituto do Emprego e Formação Profissional

A AOP dinamizou na manhã de 31 de outubro uma visita de estudo de formandos do curso de Informação e Animação Turística do IEFP ao Comité Olímpico de Portugal, no âmbito da disciplina de Desporto. O grupo, composto por onze alunos enquadrados por um professor, teve oportunidade de conhecer a sede do COP e de participar numa tertúlia sobre Olimpismo, com o objetivo de aprofundar conhecimentos a respeito do tema, desde a história olímpica antiga até aspetos do funcionamento dos comités e das academias olímpicas dos tempos atuais.



- 32.º Aniversário

A Academia Olímpica de Portugal comemorou o 32.º aniversário com uma celebração levada a efeito no dia 8 de dezembro no auditório da sede do Lisboa Ginásio Clube (LGC), em Lisboa. Na ocasião, Joaquim Vicente Rodrigues apresentou uma comunicação subordinada ao Tema «Valores olímpicos e cidadania». O orador é formado em Organização e Gestão de Empresas pelo ISCTE, onde atualmente leciona como professor associado. É igualmente presidente da Assembleia Geral do LGC, tendo desempenhado as funções de presidente do clube de 2001 a 2011. Durante 35 anos foi diretor de vendas e de marketing dos CTT e do Grupo Nabeiro.



A cerimónia incluiu ainda a confirmação pública da admissão de novos membros da AOP, a apresentação de classes de ginástica do LGC e uma visita à sala de troféus do clube, que ao longo de cem anos de existência enriqueceu a sua galeria com 12 atletas olímpicos, num total de 16 participações em ginástica artística, trampolins, pentatlo moderno e esgrima, desde Helsínquia-1952 até Rio de Janeiro-2016. A celebração dos 32 anos da AOP integrou o programa do centenário do LGC, que se assinalou ao longo de todo o ano de 2018.

- Comissões consultivas da AOP

O objetivo que esteve na base da criação das comissões da AOP era de que membros pudessem desenvolver atividade em domínios setoriais específicos. Na sessão anual que se realizou em Braga, a Comissão Olimpismo, Igualdade de Género e Inclusão Social apresentou um vídeo onde pretendia alertar para os problemas da falta de valores nas sociedades atuais, e desta forma estimular os membros para que sejam mais ativos nos seus papéis como cidadãos.

Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

19

III.8. Website, Facebook, Youtube e Newsletter - Análise de dados referentes ao website

No mês de maio, devido a um problema técnico de atualização dos servidores do banco de dados e de linguagem de desenvolvimento do website, a AOP ficou impedida de atualizar o canal, o que deixou o site sem atualizações durante cerca de um mês. Tal facto acabou por refletir-se nos números de acesso em junho. Porém, em termos gerais e em especial comparativamente com o ano de 2017, mesmo que pouco explorada, a análise dos números é positiva.

Como é possível ver no gráfico abaixo, apenas 10,7% dos acessos são de visitantes que regressam, o que pode ser visto pelo lado positivo, pois existe um interesse grande de novos visitantes, ou seja, é um canal que pode ser trabalhado de diversas maneiras para ter melhor desempenho e tornar-se um instrumento proativo e essencial de comunicação da AOP.



Nos números de visualizações de páginas, o aumento foi de 3,08%, especialmente no primeiro semestre, em março e abril, quando foi implementado o novo modelo de newsletter eletrónica. Depois, a partir de maio, não houve mais comunicações dessas, o que, com o impedimento técnico de atualizações de site, fez que o número de acessos tivesse uma quebra, conforme abaixo.



Comité Olímpico de Portugal
AOP - Academia Olímpica de Portugal

20

Os utilizadores do site estão distribuídos da seguinte forma:

País	Acesso			Compartilhamento		
	Utilizadores	Receita	Receita	Tempo de	Páginas/Visita	Receita média
		Utilizadores	Receita	Resposta		Receita
	2.623	2.568	4.390	68,95%	1,93	00:02:16
	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)
1. Portugal	1.418 (53,68%)	1.329 (51,74%)	2.118 (71,62%)	61,67%	2,20	00:02:57
2. United States	266 (10,14%)	264 (10,28%)	282 (9,77%)	84,91%	1,81	00:02:01
3. France	275 (10,47%)	275 (10,68%)	275 (9,72%)	71,29%	1,54	00:02:42
4. Brazil	187 (7,13%)	156 (6,04%)	143 (5,05%)	82,92%	1,46	00:03:31
5. Cape Verde	80 (3,05%)	41 (1,59%)	79 (2,76%)	14,28%	2,81	00:03:01
6. Italy	50 (1,91%)	50 (1,96%)	59 (2,14%)	100,00%	1,88	00:03:03
7. United Kingdom	30 (1,14%)	30 (1,17%)	39 (1,39%)	60,00%	1,57	00:02:25
8. Peru	25 (0,95%)	25 (0,97%)	24 (0,86%)	92,31%	1,27	00:03:06
9. Spain	23 (0,87%)	14 (0,54%)	25 (0,89%)	86,96%	1,46	00:03:12
10. Romania	22 (0,84%)	22 (0,86%)	31 (1,11%)	95,45%	1,53	00:03:01

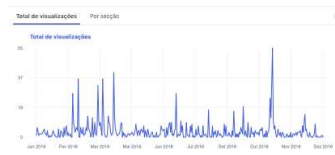
Aprofundando esta questão do público que acede ao website, dentro de Portugal temos as seguintes 10 principais regiões:

Região	Acesso			Compartilhamento		
	Utilizadores	Receita	Receita	Tempo de	Páginas/Visita	Receita média
		Utilizadores	Receita	Resposta		Receita
	1.410	1.359	3.118	61,67%	2,20	00:02:57
	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)	100,00 (12,50%)
1. Lisbon	779 (55,24%)	722 (53,26%)	2.150 (68,95%)	61,56%	2,35	00:03:36
2. Porto District	166 (11,81%)	162 (11,89%)	274 (8,81%)	59,72%	2,30	00:03:36
3. Setúbal	131 (9,36%)	123 (9,05%)	274 (8,81%)	65,19%	2,42	00:01:47
4. Faro District	108 (7,66%)	99 (7,29%)	143 (4,60%)	77,82%	1,78	00:03:34
5. Braga	81 (5,75%)	54 (3,97%)	95 (3,05%)	54,76%	2,72	00:01:05
6. Santarém District	46 (3,26%)	42 (3,09%)	55 (1,77%)	82,27%	2,02	00:03:39
7. Coimbra District	40 (2,84%)	42 (3,09%)	55 (1,77%)	84,62%	2,76	00:01:49
8. Leiria District	37 (2,62%)	36 (2,66%)	31 (0,99%)	75,67%	1,54	00:03:49
9. Évora District	14 (0,99%)	13 (0,96%)	17 (0,54%)	56,82%	2,88	00:01:19
10. Viana District	14 (0,99%)	12 (0,89%)	34 (1,09%)	55,88%	2,42	00:01:22

Para entender o fluxo de comunicação ou a forma como esses utilizadores chegam ao site da AOP, a estatística mostra que grande parte dos acessos vem de pessoas que acedem diretamente; depois, de pessoas que fazem buscas sobre assuntos relacionados com o movimento e os valores olímpicos, chegando assim ao canal da AOP; a seguir, através das redes sociais; e, finalmente, por encaminhamento a partir de referências noutros canais e parceiros.

- Análise de dados referentes ao Facebook...

Os gráficos a seguir mostram que o trabalho feito pela AOP tem sido acompanhado e partilhado. Mesmo assim sabe-se que é possível aumentar a visibilidade com ações estratégicas com o objetivo de atingir mais pessoas e levar os valores olímpicos mais longe – esse será o desafio para 2019.



Em 2018 houve um decréscimo do número de seguidores, mas o total de visualizações do Facebook foi muito bom e atingiu o pico mais alto de audiência em 27 de Outubro, dia em que teve lugar a transmissão online de diversas atividades durante a Sessão Anual, em Braga. Tal facto mostra como os seguidores da AOP estão presentes nas redes sociais e têm interesse no conteúdo a ser partilhado. Como é possível verificar na imagem abaixo, utilizar o recurso de publicações em vídeos é atualmente uma estratégia de maior interação e alcance.

Quando se trata de conteúdo online	Tipos de publicações		Publicações das páginas que observamos	
	O sucesso de diferentes tipos de publicações com base na média de alcance e interação.			
	Ver todas as publicações >		Alcance em publicações >	
			Reações, comentários e partilhas >	
Tipo	Alcance médio		Interação média	
	772	172	14	14
Tipo	772		14	
	14	14	14	14
Tipo	14		14	
	14	14	14	14
Tipo	14		14	
	14	14	14	14

... ao Youtube...

Durante 2018 experimentámos a transmissão online de diversos eventos organizados pela AOP, dentro e fora da sede do COP. Com pouca divulgação desse recurso, por se tratar de uma fase de testes, todos os que acompanharam os eventos via Youtube gostaram do resultado. Em 2019 vamos explorar mais este canal de comunicação para transmitir eventos e conhecimento, para além de seguir a tendência em termos de publicações e comunicação online.

... e à Newsletter

Depois da fase de testes com resultados positivos e quatro edições desta nova ferramenta de comunicação, houve o impedimento da atualização do website, o que acabou por retirar sentido ao projeto, uma vez que a newsletter é um veículo de transmissão das informações resumidas para que, se houver interesse do leitor, ele seja conduzido para a notícia completa. No entanto, mantém-se a intenção de retomar o projeto em 2019.

III.5. "Recortes"

- The Official Journal of the International Olympic Academy

Para a edição 13 da revista da Academia Olímpica Internacional, a AOP contribuiu com informação sobre o Concurso de Imprensa Regional AOP e a exposição das mascotes olímpicas. Lamentavelmente, por atraso do envio do material, as peças acabaram por não integrar a edição a que se destinavam, mas, por razões alheias à AOP, também não foram publicadas na edição n.º 14, contrariamente ao que entretanto tinha sido combinado com a AOI.

- Exposição "Mascotes Olímpicas"

A exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade» tem suscitado interesse mediático em diversos locais por onde ter circular. De seguida, recortes da informação publicada no "Jornal Vilacondense", no "Sport on Stage" e no "Algarve Informativo", havendo a acrescentar a reportagem televisiva apresentada pelo Porto Canal a propósito da presença da exposição na Biblioteca Municipal José Régio, em Vila do Conde.

Jornal VILACONDENSE

15-01-2019

EXPOSIÇÃO

"Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade"

A partir de 6 de janeiro, a exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade» estará patente na Biblioteca Municipal José Régio, em Vila do Conde. A exposição, que reúne 14 peças, é organizada pela AOP e pela AOI. A exposição é organizada pela AOP e pela AOI. A exposição é organizada pela AOP e pela AOI.

ALGARVE INFORMATIVO

05-01-2019

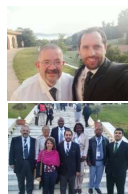
Jogos de Quêenes estão de volta ao terreno

Informações sobre os jogos de Quêenes, que estão de volta ao terreno, são apresentadas no programa de televisão "Algarve Informativo".

IV. ATIVIDADE INTERNACIONAL

IV.1 Academia Olímpica Internacional

- 6 a 13 de maio, Tiago Nunes Viegas e Afonso Candeias representaram a AOP na 14.ª Sessão Internacional Conjunta da AOI para Presidentes ou Diretores de Academias Olímpicas Nacionais e oficiais dos Comitês Olímpicos Nacionais.



A participação na 14.ª sessão Internacional Conjunta da AOI para Presidentes ou Diretores de Academias Olímpicas Nacionais e Oficiais dos Comitês Olímpicos Nacionais serviu uma vez mais para reforçar a ligação ao trabalho que está já a ser desenvolvido em algumas academias na Europa e integrar a nossa academia na intenção da criação da associação das Academias Olímpicas Europeias. A sessão esteve subordinada ao tema geral «O Atleta como Modelo Social». O presidente da AOP foi convidado para ser coordenar um grupo de trabalho, reconhecimento do trabalho desenvolvido em anteriores sessões da AOI.

- **2 de julho a 9 de julho**, Susana Feltor esteve presente na 4.ª Sessão Internacional para Atletas Medalhados ou Olímpicos, igualmente subordinada ao tema «O atleta como Modelo Social». Esta sessão foi aberta a qualquer atleta olímpico e não apenas a atletas medalhados, como sucedeu nas anteriores edições.

- **16 de junho a 30 de junho**, Germano Arroyo representou o COP na 58.ª Sessão Internacional da AOI para Jovens Participantes.

Germano Arroyo, estudante da Universidade Europeia e praticante de ciclismo, foi o jovem selecionado pela AOP para representar o Comité Olímpico de Portugal nesta sessão, centrada nos temas gerais «O Atleta como modelo Social» e «Os Desafios que o Atleta Olímpico enfrenta como modelo Social». O programa de duas semanas contemplou não apenas sessões plenárias e trabalhos de grupo mas também visitas aos museus e espaços arqueológicos de Olimpia e ao Arquivo Histórico Atenas 2004, além de workshops diversos.



IV.2. Academias Olímpicas de Língua Portuguesa XVIII Congresso da Associação Pan-Ibérica de Academias Olímpicas

Decorreu entre os dias 14 e 17 de Maio o XVIII Congresso da APAO, que se realizou em Madrid, organizado pela Real Academia Olímpica Espanhola. A Academia Olímpica de Portugal esteve representada pelo presidente, Tiago Nunes Viegas, pelo presidente cessante da AOP Luís Gomes da Costa e por Anibal Justiniano, na condição de membro honorário da APAO.

O presidente da AOP e o presidente da Academia Olímpica Angolana, Gustavo da Conceição, reuniram-se em Lisboa, para troca de impressões sobre os contornos do próximo congresso de APAO, que irá decorrer em Luanda em 2020. O presidente da AOP assinalou a total disponibilidade para colaboração, tanto no plano bilateral como no contexto da Associação Pan-Ibérica de Academias Olímpicas. O desenvolvimento de projetos conjuntos poderá ser um dos meios para concretizar a ligação estreita que se vai estabelecendo entre as academias olímpicas dos dois países, bem como com as restantes academias olímpicas da APAO.

No papel de coordenador da APAO para as Academias Olímpicas de Língua Portuguesa, o presidente da AOP reuniu-se ainda com um dos membros de uma lista candidata à Academia Olímpica do Brasil, Leonardo Mataruna, bem como com o presidente do Comité Olímpico do Brasil, Paulo Wanderley, com o objetivo de encontrar a melhor maneira de restituir a Academia Olímpica Brasileira.



IV.3. Academias Olímpicas Europeias



Os delegados à 4.ª Conferência das Academias Olímpicas Nacionais da Europa, realizada em Ljubljana, na Eslovénia, entre os dias 18 e 21 de Setembro, aprovaram os estatutos da Associação das Academias Olímpicas Nacionais Europeias, designada pela sigla inglesa ENOA. Após essa aprovação foi votado o primeiro conselho Diretivo, liderado pelo alemão Manfred Lemmer, encarregado com o restante Conselho Diretivo de desenhar uma estratégia de atuação para esta recém-criada associação.

IV.4. Publicações Livro de Atas do Congresso da APAO – Cascais 2014

A publicação do livro de atas do XVI Congresso da APAO era um compromisso assumido quando da candidatura da AOP à organização do evento em Portugal. No entanto, devido a restrições financeiras, só em 2018 foi possível concretizar este projeto.

O livro de atas reproduz de forma resumida as intervenções feitas no congresso por todos os delegados intervenientes, bem como os demais aspetos organizativos do acontecimento, nomeadamente o programa cultural, retratado através de uma galeria fotográfica que documenta as visitas efetuadas em Cascais e em Lisboa.



V CONTAS

O orçamento da AOP para o ano 2018, totalizando 49.500 euros, apontava para a concretização do correspondente plano de atividades com que o Conselho Diretivo se tinha comprometido. No entanto, devido a restrições e dificuldades financeiras por parte do COP, foi necessário fazer algum ajuste nas despesas, sobretudo na parte final do ano. Alguns compromissos foram por isso adiados para 2019, por forma a aliviar as contas.

Dos 46.600 euros das transferências previstas do COP, a AOP conseguiu fechar o ano a haver 8.701,63 euros, relativos a valores orçamentados no Plano de Atividades e Orçamento para o ano 2018.

Este valor permitirá a impressão do livro dos 30 anos da AOP e do "Your Olympic Guide Book". Assim sendo, será necessário abcar essa verba ao orçamento de 2019.

Em anexo junta-se o mapa anual com todos os centros de custos discriminados para uma melhor leitura.

Academia Olímpica de Portugal
Lisboa, 5 de Fevereiro de 2019

7.7. Circulares 2018



Circular n.º 1/2018

Circular n.º	1/2018	Data	2.jan.2018	Distribuição	Membros da AOP. Participantes em sessões da AOP
Assunto:	AOI – Seminário de Estudos Olímpicos				

A Academia Olímpica Internacional (AOI) vai levar a efeito, de 1 a 30 de setembro de 2018, em Olímpia (Grécia), o 25.º Seminário Internacional de Estudos Olímpicos para Pós-graduados, subordinado aos seguintes temas:

- «Os Jogos Olímpicos e o Movimento Olímpico: passado, presente e futuro – Análise das perspetivas histórica, filosófica e social»;
- «O atleta olímpico como modelo».

Este seminário é destinado a estudantes com habilitação mínima de licenciatura e idade não superior a 45 anos que apresentem candidatura até 13 de abril de 2018 (data-limite de entrada do processo na AOI), instruída com: «curriculum vitae» detalhado, cópia de documento de identificação que comprove a idade, duas fotografias recentes (ou uma em formato eletrónico), carta de recomendação subscrita por professor orientador do candidato, informação do tema olímpico em que o candidato desenvolve estudos (com resumo de duas páginas) e certificado atestando fluência escrita e oral na língua inglesa.

Se selecionados, os candidatos deverão posteriormente apresentar estudo completo até 25 de maio de 2018. Os trabalhos do seminário decorrem exclusivamente em inglês.

As despesas em território grego são suportadas pela AOI (sendo consideradas deslocações, alojamento e refeições, desde o jantar de 1 de setembro até pequeno-almoço de 30 de setembro, incluindo «transfers» de e para o aeroporto de Atenas).

Para mais informações, os interessados podem dirigir-se ao secretariado da AOP.

O Presidente do Conselho Diretivo

Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 2/2018

Circular n.º	2/2018	Data	3.jan.2018	Distribuição	Membros da AOP. Participantes em sessões da AOP
Assunto:	AOI e Universidade do Peloponeso – Mestrado em Estudos Olímpicos – anúncio				

A Universidade do Peloponeso, com o apoio da Academia Olímpica Internacional, organiza no ano académico 2018/2019 o curso de mestrado em Estudos Olímpicos, Educação Olímpica, Organização e Gestão de Eventos Olímpicos. O prazo de candidatura terá início em março de 2018, sendo brevemente anunciada a data precisa para o efeito.

Em linha com a filosofia do Movimento Olímpico de difusão do ideal olímpico e promoção do conhecimento e da investigação nos domínios do Olimpismo, o curso adota um programa assente nos três pilares do Movimento Olímpico: educação, desporto e cultura.

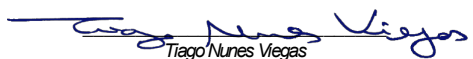
A este mestrado poderão candidatar-se os detentores de título académico emitido por faculdade ou instituto superior em qualquer das áreas científicas de gestão do desporto, educação física, letras, economia, entre outras.

O programa terá a duração de três semestres, funcionando no outono e na primavera dos dois primeiros, durante nove semanas, com presença obrigatória no local de funcionamento dos seminários – instalações da Academia Olímpica Internacional (Olímpia) e Departamento de Organização e Gestão do Desporto da Universidade do Peloponeso (Esparta). O terceiro semestre será dedicado à elaboração da tese, sem necessidade de presença dos estudantes.

Os seminários decorrem exclusivamente em língua inglesa.

Para informações, os interessados podem contactar o secretariado do mestrado, através do endereço eletrónico master@ioa.org.gr ou pelo telefone +30 210 6878952.

O Presidente do Conselho Diretivo


Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 3/2018

Circular n.º	3/2018	Data	8.mar.2018	Distribuição	Membros da AOP
Assunto:	AOP retoma newsletter				

A Academia Olímpica de Portugal volta hoje a dispor de um instrumento de contacto que manteve no passado, mesmo que com outra designação: a Newsletter. Este será um meio de comunicação interna para os membros da AOP e de ligação externa, para todos os que desejem recebê-lo e conhecer a atividade desenvolvida pela Academia Olímpica.

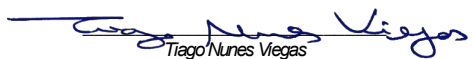
Complementando e reforçando os canais de comunicação já utilizados (como a página da Internet, a conta de Facebook ou as circulares internas), a Newsletter vai ser uma forma de divulgar a ação desenvolvida pela AOP, seja no desempenho central do Conselho Diretivo seja nas atividades levadas a cabo pelos membros, a que se juntam secções periódicas dedicadas a áreas específicas, como o colecionismo e a história olímpica.

Com o objetivo de alargar o raio de ação e de divulgação da AOP, a Newsletter terá distribuição que vai para além da relação interna dos membros, sendo enviada a todas as pessoas e entidades coletivas com as quais a AOP mantenha algum tipo de ligação – autarquias, federações, clubes, parceiros, amigos, etc.

Aos membros da AOP, o Conselho Diretivo apela a que enviem para o endereço de correio eletrónico newsletter.aop@comiteolimpicoportugal.pt todas as informações que entendam úteis para divulgação, relacionadas com as atividades desenvolvidas – sempre que possível, acompanhadas de imagens ilustrativas.

Boas leituras e boas notícias!

O Presidente do Conselho Diretivo



Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 4/2018

Circular n.º	4/2018	Data	17.abr.2018	Distribuição	Membros da AOP
Assunto:	Participação dos membros na Newsletter da AOP				

Retomando prática passada, a Academia Olímpica de Portugal dispõe novamente de uma área estrutural de comunicação, coordenada pelo membro Bibiana Farias, com o objetivo de fomentar, apoiar e divulgar iniciativas desenvolvidas no âmbito da missão estatutária da AOP, desde logo pelos membros da academia.

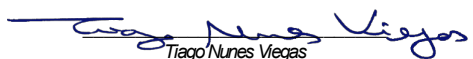
O primeiro passo desta renovada área estrutural da AOP foi a retoma da publicação da «newsletter», espaço de informação e divulgação cuja recuperação era pedida havia já alguns anos por numerosos membros da AOP, que sentiam falta de um documento informativo de publicação regular. Para além desse fim, a «newsletter» volta também a oferecer oportunidade para a participação dos membros através da divulgação de iniciativas próprias no quadro da missão da AOP ou ainda pela produção de textos destinados às séries de apontamentos históricos e colecionismo.

No entanto, com a publicação das primeiras edições da renovada «newsletter», alguns membros já deram nota de não estar a recebê-las. Recomenda-se, por isso, que os membros da AOP (e demais destinatários) que não tenham recebido devidamente a «newsletter» nas respetivas caixas de correio eletrónico, verifiquem as pastas de correio indesejado (Correio secundário, Lixo, Trash, SPAM, etc.), marcando o remetente como correio fiável.

A Newsletter n.º 4 será remetida no próximo dia 19 de abril. Os interessados em enviar material informativo para qualquer futura edição podem usar o endereço newsletter.aop@comiteolimpicoportugal.pt.

Boas leituras e boas notícias!

O Presidente do Conselho Diretivo



Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 5/2018

Circular n.º	5/2018	Data	17.jul.2018	Distribuição	Membros da AOP. Participantes em sessões AOP
Assunto:	Orçamento Participativo Jovem Portugal				

Está a decorrer a fase de candidaturas ao Orçamento Participativo Jovem Portugal, que permite a execução de projetos de jovens através de verba pública. As propostas podem ser apresentadas até 29 de julho, sendo este processo aberto a jovens de idade compreendida entre os 14 e os 30 anos.

O que é?

O Orçamento Participativo Jovem (OP Jovem) é um processo de participação democrática no âmbito do qual os cidadãos com idades entre os 14 e os 30 anos, inclusive, podem apresentar e decidir projetos de investimento público.

Qual é o território abrangido?

O OP Jovem abrange todo o território nacional.

Qual é o montante?

O processo contempla o montante global de 500 mil euros.

Que propostas podem ser apresentadas?

As propostas devem respeitar os seguintes critérios:

- Inserir-se nas áreas temáticas de desporto inclusivo, diálogo intergeracional, inovação cultural e sustentabilidade ambiental;
- Respeitar o montante máximo de € 100.000;
- Não implicar a construção de infraestruturas;
- Não configurar um pedido de apoio ou uma prestação de serviços, designadamente por estarem protegidas por direitos de propriedade intelectual;
- Beneficiar mais do que um município;
- Ser bem especificada e localizada no território nacional;
- Ser tecnicamente exequível;
- Não contrariar o Programa do Governo ou projetos e programas em curso nas diferentes áreas de políticas públicas.

Como se pode apresentar uma proposta?

A apresentação de propostas pode ser efetuada de três formas:

- na plataforma eletrónica do OPJovem
- nos Encontros de Participação a realizar em todo o país;
- nos serviços desconcentrados do IPDJ, I. P.

Quem pode participar e quem decide?

Podem apresentar propostas e votar nos projetos finalistas todos os cidadãos nacionais e os cidadãos

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 6/2018

Circular n.º	6/2018	Data	18.jul.2018	Distribuição	Membros da AOP
Assunto:	Condições para inscrição – Universidade Europeia				

Conforme anteriormente divulgado por circulares internas, a Academia Olímpica de Portugal e a Universidade Europeia assumiram em 2014 uma colaboração com vista a um conjunto de ações entre ambas as entidades com benefícios para os membros da AOP no domínio da formação académica: licenciatura, pós-graduações/*executive masters*, mestrados, cursos de formação e cursos de especialização tecnológica.


Na continuidade do processo, a Universidade Europeia divulgou recentemente a tabela de benefícios para o ano letivo de 2018/2019, traduzida no documento que se anexa e que envolve não apenas a oferta curricular da própria universidade mas também condições oferecidas pelo Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário (IADE-U) e pelas escolas de Lisboa e Porto do IPAM.

Para usufruto das condições oferecidas, deve ter-se em conta as seguintes notas:

- terão direito às condições estabelecidas no protocolo os membros da AOP, bem como os respetivos cônjuges, filhos e pais, que declararem no ato da matrícula – refere o emolumento apenas existente no 1.º ano de qualquer programa da oferta formativa – a intenção de beneficiar do protocolo e apresentarem, até 10 dias úteis após o ato de matrícula, um documento oficial, atualizado e regularizado, emitido pela AOP, comprovando a situação de membro, e assim permitindo usufruir dos benefícios concedidos ao abrigo do protocolo;
- o documento comprovativo da condição de membro da AOP a apresentar no ato de matrícula, ou no prazo estabelecido (10 dias úteis após o ato de matrícula), deverá ter data anterior à data de matrícula na Universidade Europeia.

Para mais informações ou esclarecimento de eventuais dúvidas, pode contactar a AOP. Para consulta da oferta formativa da Universidade Europeia, do IADE-U ou do IPAM, queira aceder aos «sites» www.europeia.pt, <http://www.iade.pt> e <http://www.ipam.pt>

O Presidente do Conselho Diretivo



Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 7/2018

Circular n.º	7/2018	Data	6.set.2018	Distribuição	Membros AOP Participantes em Sessões AOP
Assunto:	Conferência «Intersexualidade e Transexualidade no Desporto de Alto Rendimento: Onde Está o Limite?»				

O Comité Olímpico de Portugal leva a efeito no próximo dia 18 de setembro a conferência «Intersexualidade e Transexualidade no Desporto de Alto Rendimento: Onde Está o Limite?», que terá lugar pelas 16h00 no auditório do COP.

Será oradora María José Martínez-Patiño, assessora científica do Comité Olímpico Internacional e membro da Academia Olímpica Espanhola.

A palestrante é professora da Universidade de Vigo e foi campeã de Espanha de atletismo (100 metros barreiras), tendo travado uma intensa luta nas pistas e nos tribunais para fazer valer a sua feminilidade. No domínio académico especializou-se em Ciências do Desporto e Ciências Políticas, tendo defendido tese de doutoramento sobre a mudança do papel das mulheres no Desporto e as dificuldades que enfrentam.

A conferência será seguida, a partir das 18h00, da apresentação do livro «Desporto, Género e Sexualidade», que reúne um conjunto de artigos da autoria de vários especialistas refletindo acerca deste tema de indiscutível atualidade.

Os interessados devem confirmar a presença até 11 de setembro, mediante «e-mail» para o endereço conferencias@comiteolimpicoportugal.pt.

P'lo Presidente do Conselho Diretivo



Carlos Gomes

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 8/2018

Circular n.º	8/2018	Data	7.set.2018	Distribuição	Membros AOP Participantes em Sessões AOP
Assunto:	Tertúlia «O legado olímpico de Moniz Pereira»				

O legado olímpico de Moniz Pereira vai ser o tema da tertúlia que o Comité Olímpico de Portugal leva a efeito dia 26 de setembro, a partir das 18h00, no seu auditório. Atletas de referência na história olímpica portuguesa, Armando Aldegalega e Fernando Mamede, treinados por Moniz Pereira nas décadas de 60 a 90, serão dois dos convidados para a conversa, a que se juntará o jornalista Norberto Santos, com moderação de Vítor Serpa, diretor de «A Bola».

Nesta sessão com entrada livre espera-se a participação dos presentes na sala, como é próprio de uma tertúlia, em animada troca de impressões sobre o tema proposto.

Ainda assim e a fim de salvaguardar aspetos logísticos, agradece-se a confirmação da presença até 21 de setembro, através do endereço eletrónico gab.estudoseprojetos@comiteolimpicoportugal.pt.

Em anexo, convite específico.

P'lo Presidente do Conselho Diretivo



Carlos Gomes

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 9/2018

Circular n.º	9/2018	Data	13.set.2018	Distribuição	Membros da AOP Participantes em sessões da AOP
Assunto:	Apresentação do livro «Desporto, Género e Sexualidade»				

O livro «Desporto, Género e Sexualidade» vai ser apresentado dia 18 de setembro, pelas 18h00, na sede do COP, reunindo textos de diferentes especialistas sobre a temática geral identificada no título.

Com abordagens sob os pontos de vista sociológico, histórico ou biológico, «Desporto, Género e Sexualidade» é composto por 12 artigos elaborados por 20 autores, cobrindo temas que vão dos estereótipos da construção social do género no desporto até às questões da identidade sexual ou do assédio e do abuso sexual no desporto, passando pela caracterização da realidade do assunto em modalidades desportivas específicas e pela participação das mulheres nos Jogos Olímpicos.

O livro conta com um texto preambular intitulado «A igualdade do(s) sexo(s), do(s) género(s) e da(s) sexualidade(s)», da autoria do presidente do Comité Olímpico de Portugal, José Manuel Constantino, que com Maria Machado partilha a coordenação editorial da obra, editada pela Visão & Contextos.

A sessão de lançamento da obra é aberta a qualquer interessado.

O Presidente do Conselho Diretivo



Tiago Nunes Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 10/2018

Circular n.º	10/2018	Data	24.set.2018	Distribuição	Membros AOP. Participantes em sessões da AOP
Assunto:	XXIX Sessão Anual e 10.ª Sessão para Membros da AOP				

Conforme oportunamente divulgado, a Academia Olímpica de Portugal leva a efeito em Braga, nos dias 26 a 28 de outubro, a XXIX Sessão Anual, em conjunto com a 10.ª Sessão para Membros da AOP. Centrados no tema geral «Os valores olímpicos na formação do atleta», os trabalhos decorrerão no Museu D. Diogo de Sousa, integrando o programa global da Cidade Europeia do Desporto Braga-2018.

Os interessados em participar poderão inscrever-se mediante preenchimento da ficha correspondente, a ser disponibilizada durante a semana em curso, e pagando a respetiva taxa de inscrição – no valor de 25,00 euros, para os participantes, ou de 60,00 euros, no caso de acompanhantes.

O programa da sessão está estabelecido em consonância com a estrutura das sessões anteriores, compreendendo uma sessão solene de abertura no primeiro dia, uma segunda jornada com comunicações temáticas e visita cultural e um terceiro dia que inclui comunicações finais e apresentações de atividades desenvolvidas pelos membros da AOP no ano anterior. Como também é costume nestas sessões, haverá grupos de trabalho para reflexão acerca do tema geral da sessão, com conclusões a serem apresentadas na jornada de encerramento.

A partir do momento em que fique disponível, a ficha de inscrição deve ser remetida para o secretariado da AOP até 12 de outubro próximo.

Em complemento do programa da sessão (divulgado em baixo a título provisório), estará patente também no Museu D. Diogo de Sousa, a exposição «Mascotes Olímpicas. De talismãs a símbolos de identidade», que poderá ser visitada entre 26 de outubro e 23 de novembro.

XXIX Sessão Anual e 10.ª Sessão para Membros da AOP

Programa

6.ª Feira dia 26 outubro

17h30 – Abertura do secretariado

19h30 – Jantar oficial

21h15 – Cerimónia de abertura

Oradora convidada, Maria do Sameiro Araújo: «O Atleta Olímpico – da formação à excelência»

22h30 – Grupos de trabalho – apresentação com os coordenadores

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt



Circular n.º 11/2018

Circular n.º:	011/2018	Data:	8.nov.2018	Distribuição:	Membros AOP; participantes em sessões AOP
Assunto:	Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequerra				

O Concurso de Imprensa Regional AOP – Prémio David Sequerra tem por objetivo incentivar a publicação de trabalhos de temática olímpica em órgãos de imprensa regional, adotando o nome daquele ilustre jornalista, prestigiado membro da AOP e proponente do projeto.

Assentando na colaboração entre a Academia Olímpica de Portugal (AOP) e o CNID – Associação dos Jornalistas de Desporto, o concurso tem agora lançada a sexta edição, referente a 2019 (para trabalhos publicados em 2018).

Os interessados em concorrer, poderão fazê-lo, remetendo um ou mais trabalhos no prazo que vai correr entre 1 de janeiro e 28 de fevereiro de 2019, nos termos estabelecidos no regulamento anexo.

De acordo com o mesmo regulamento, os trabalhos podem ser apresentados pelos próprios autores, pelas chefias editoriais ou por terceiros. Os membros da AOP que tenham conhecimento de trabalhos jornalísticos que reúnam as condições previstas no regulamento para participar neste concurso podem incentivar os respetivos autores a candidatar-se ao prémio ou dar conhecimento ao Conselho Diretivo da AOP da existência desse material publicado.

O Presidente do Conselho Diretivo


Tiago Viegas

MORADA
Travessa da Memória, 36-38
1300-403 Lisboa

TLF +351 21 361 72 60
MAIL aop@comiteolimpicoportugal.pt
WEB aop.pt

7.8. Materiais de Apoio

7.8.1. Desdobráveis

Objectivos da AOP

Aprovado em 4 de Fevereiro de 2006, o Regulamento Geral da Academia Olímpica de Portugal, estabelece no Art. 2.º, sob a epígrafe «Objecto»:

«1. O objecto da AOP é o estudo, a investigação e a divulgação dos ideais olímpicos, sobretudo entre os jovens, através da promoção e desenvolvimento de acções das mais diversas formas, bem como a definição e aplicação, na prática, de um quadro ético baseado nos princípios e valores defendidos na Carta Olímpica.»

«2. Cabe ainda à AOP a divulgação dos princípios do espírito desportivo entre todos os agentes desportivos e a promoção de acções que visem a sua observância nas competições desportivas e a consagração de actos exemplares de praticantes, clubes ou colectividades.»

Com esta orientação normativa, a Academia Olímpica de Portugal empenha-se em:

- estudar e investigar as manifestações olímpicas, quer na antiguidade quer na era moderna, as suas causas e os seus efeitos nos campos educativo, filosófico, desportivo, social e político;
- promover e incentivar estudos e acções práticas de sensibilização, formação e divulgação dos ideais olímpicos, sobretudo entre os jovens;
- estabelecer maior ligação entre o movimento olímpico e as autoridades escolares com vista à integração do estudo do olimpismo nos programas escolares;
- organizar colóquios e seminários sobre olimpismo e cursos de formação de quadros olímpicos;
- elaborar o regulamento do concurso às sessões para jovens da Academia Olímpica Internacional, seleccionar os bolseiros e propor a sua nomeação à Comissão Executiva do Comité Olímpico de Portugal.

Marcos históricos

16/3/1937 – Pierre de Coubertin defende a criação de um centro de estudos olímpicos, para estudar o Olimpismo e aplicá-lo à sociedade contemporânea.

19/6/1947 – No decorrer da 40.ª Sessão do Comité Olímpico Internacional, em Estocolmo (Suécia), o grego John Ketseas apresenta em seu nome e no do alemão Carl Diem a proposta de criação da Academia Olímpica Internacional.

28/4/1949 – A 43.ª Sessão do COI, reunida em Roma, aprova por unanimidade a criação da AOI.

14/6/1961 – É aberta, em Olímpia, na Grécia, a 1.ª Sessão Anual para Jovens da Academia Olímpica Internacional.

9-21/7/1962 – Ao tomarem parte, em Olímpia, na 2.ª Sessão Anual para Jovens, Aníbal Justiniano e Eduardo Trigo tornam-se os primeiros portugueses bolseiros da AOI.

25/11/1968 – É fundada em Espanha a primeira academia olímpica nacional, por iniciativa de Conrado Durán.

1980 – Manuel Losa e Joseph Wilson Junior, na sessão para educadores, e Luís Caldas e Ernesto Matos Soares, na sessão para quadros, são os primeiros representantes do COP em sessões especiais da AOI.

12-14/6/1986 – Tem lugar no Porto o seminário «Olimpismo, Paz e Educação». São convidados os bolseiros portugueses às sessões da AOI, perante os quais Fernando Machado propõe a criação de uma academia olímpica em Portugal.

20-21/9/1986 – Tem lugar em Coimbra a primeira reunião da Comissão Instaladora da AOP, que inicia a redacção do regulamento geral.

4/12/1986 – A Assembleia Plenária do COP aprova por unanimidade uma alteração estatutária que reconhece a AOP como membro ordinário do comité. Considera-se criada nesse dia a Academia Olímpica Portuguesa.

22/5/1987 – A Comissão Instaladora da AOP, reunida em Lisboa, conclui a redacção da proposta de Regulamento Geral da AOP, a apresentar ao COP.

16/7/1987 – A Assembleia Plenária do COP aprova o primeiro Regulamento Geral da AOP.

24/10/1987 – A Comissão Instaladora da AOP aprova o primeiro logótipo da AOP.

12-13/12/1987 – Tem lugar em Tróia a primeira reunião plenária da AOP.

7-11/9/1988 – Realiza-se em Vila Real a I Sessão Anual da AOP.

20-22/4/2007 – Tem lugar em Rio Maior a I Sessão para Membros da AOP.

COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL
ACADEMIA OLÍMPICA
DE PORTUGAL

Academia Olímpica de Portugal



Origem, objectivos e actividades





1988 1992 2003

Congresso fundador

Aproveitando a realização, em 25 de Novembro de 1892, da sessão comemorativa do quinto aniversário da União das Sociedades Francesas de Desportos Atléticos (USFSA), na Sorbonne, Pierre de Coubertin declarou: «É preciso internacionalizar o desporto. É necessário voltar a organizar os Jogos Olímpicos.» Desta forma bombástica terminava uma alocução virada desde o princípio para a ideia de restabelecer o mais extraordinário evento desportivo da antiguidade. A partir desse momento, Pierre de Coubertin dedicou-se a dois anos de viagens pela Europa e pelos Estados Unidos a fim de divulgar o seu projecto olímpico e estabelecer contactos ao mais alto nível político e social.

Em Junho de 1894, a USFSA iria realizar um congresso para discutir a questão do amadorismo e do profissionalismo no desporto. Coubertin convenceu o presidente da associação, o seu amigo Adolphe de Palissaux, a rebaptizar a reunião como Congresso para o Restabelecimento dos Jogos Olímpicos. O acontecimento teve lugar de 16 a 24 de Junho de 1896 e resultou na criação do Comité Olímpico Internacional.

Durante os trabalhos, surgiu uma dúvida: porquê esperar seis anos para a realização dos primeiros Jogos Olímpicos modernos, conforme fora previsto de início? A questão foi amplamente discutida, tendo Coubertin e o presidente do congresso, o grego Demetrius Biquelas, chegado a uma conclusão, também ela aprovada na sessão de encerramento, no dia 23. Nessa última jornada dos trabalhos, o congresso aprovou por unanimidade o restabelecimento dos Jogos Olímpicos e a realização das duas primeiras edições modernas em 1896 e em 1900, respectivamente em Atenas e em Paris. Terminava assim o congresso fundador do olimpismo moderno.

Dados biográficos

1/1/1863 – Pierre de Frédy, barão de Coubertin, nasce em Paris, filho de Charles-Louis de Frédy e de Agathe-Gabrielle de Mirville.

1870-71 – A França é militarmente humilhada pela Prússia na guerra franco-prussiana. Durante o cerco de Paris, Pierre e a família refugiaram-se na terra da mãe, em Mirville (Normandia).

1874 – Pierre de Coubertin entra para o Colégio de Santo Inácio, uma escola jesuítica de Paris.

1878 – Durante a Exposição Universal de Paris, o jovem Pierre deixa-se fascinar por um diorama sobre Olímpia apresentado no pavilhão alemão.

1880 – Pierre ingressa na Academia Militar de Saint-Cyr, mas recusa a carreira militar e entra para a Faculdade de Direito da Escola de Ciências Políticas, em Paris.

1883-1890 – Cada vez mais empenhado numa reforma política que consagre as virtudes pedagógicas do desporto, Pierre de Coubertin visita Inglaterra, os Estados Unidos e o Canadá.

25/11/1892 – Discursando na sessão solene do 5.º aniversário da União das Sociedades Francesas de Desportos Atléticos (USFSA), na Sorbonne, Pierre de Coubertin defende a necessidade de voltar a organizar os Jogos Olímpicos.

16-24/6/1894 – A instâncias de Pierre de Coubertin, a USFSA leva a efeito, de novo na Sorbonne, o Congresso para o Restabelecimento dos Jogos Olímpicos.

23/6/1894 – É constituído o Comité Olímpico Internacional. O grego Demetrius Biquelas é o primeiro presidente; Pierre de Coubertin é o secretário-geral.

12/3/1895 – Pierre de Coubertin casa-se com Marie Rothan.

6-15/4/1896 – Realizam-se em Atenas os I Jogos Olímpicos da Era Moderna.

1896 – Pierre de Coubertin é eleito presidente do COI.

1900 – Com desgosto, Coubertin assiste aos Jogos Olímpicos de Paris, evento secundarizado no programa de mais uma Exposição Universal.

1925 – Pierre de Coubertin deixa a presidência do COI, sendo substituído pelo belga Henri de Baillet-Latour.

1926-1927 – É publicada a «História Universal», obra em quatro volumes da autoria de Pierre de Coubertin.

2/9/1937 – Morre em Genebra, fulminado por ataque cardíaco durante um passeio.

26/3/1938 – Correspondendo ao pedido de Pierre de Coubertin, o seu coração é depositado numa estela erigida em Olímpia, na área onde actualmente funciona a Academia Olímpica Internacional.

COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL
ACADEMIA OLÍMPICA
DE PORTUGAL

Pierre de Coubertin



Fundador dos Jogos Olímpicos Modernos



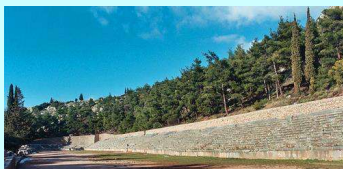


Outros Jogos pan-helénicos

A antiguidade grega conheceu a realização de centenas de festividades de carácter desportivo e religioso, na sua maioria com expressão local ou regional. Os Jogos Olímpicos também começaram por ser Jogos locais, mas rapidamente ganharam relevo para toda a Hélade. Nessa importância foram acompanhados por apenas três outros Jogos pan-helénicos. Em Delfos começaram a realizar-se em 586 a.C. os **Jogos Píticos**, celebrados de quatro em quatro anos em honra de Apolo, deus da beleza.

Os **Jogos Ístmicos** tiveram lugar a partir de 582 a.C. Eram dedicados a Posidon, o senhor do mar e das trevas, e tinham lugar de dois em dois anos no Istmo de Corinto.

A partir de 573 a.C. foram realizados os **Jogos Nemeus**, que também eram bienais. Disputados no Vale de Nemeia, neles venerava-se Zeus, a mesma divindade tutelar de Olímpia.



Estádio de Delfos, onde decorriam os Jogos Píticos

Jogos Olímpicos, Jogos Píticos, Jogos Ístmicos e Jogos Nemeus constituíam um circuito designado *períodos*. O atleta que depois de vencer nos Jogos Olímpicos conseguisse ganhar a mesma prova nos restantes três festivais pan-helénicos era nomeado «peridónico».

Jogos	Local	Deus venerado	Prémio	Início	Periodicidade
Olímpicos	Olímpia	Zeus	coroa de oliveira	776 a.C.	4 anos
Píticos	Delfos	Apolo	coroa de loureiro	586 a.C.	4 anos
Ístmicos	Corinto	Posidon	coroa de aipo seco	582 a.C.	2 anos
Nemeus	Nemeia	Zeus	coroa de aipo	573 a.C.	2 anos

Estádio de Olímpia



Estádio de Olímpia

O primeiro recinto de competições em Olímpia era uma superfície de terreno aplanado dentro do Altis, a zona sagrada de Olímpia, com 192,27 metros de comprimento (ou 600 pés de Héracles) e 32 metros de largura. Ai tinham lugar as corridas pedestres, com a particularidade de os atletas terminarem sempre as provas virados para o altar de Zeus. A fama crescente dos Jogos Olímpicos fez aumentar o número de espectadores que iam assistir às competições, o que obrigou à reformulação do espaço no século VI a.C., para melhor acomodação da assistência. Procedeu-se então ao rebaixamento do recinto de provas, que ficou com 26 metros de largura, circundado por rampas mais elevadas para o público.

No entanto, as multidões que demandavam Olímpia para assistir aos Jogos continuavam a crescer, ao mesmo tempo que os atletas e a assistência começavam a revelar-se pouco interessados na veneração a Zeus. Compreende-se assim que no século IV a.C. o estádio tivesse voltado a ser refeito, ficando com maior capacidade, deslocado para leste, acabando fora do santuário.

Nos topos da pista, linhas de pedra com duas fileiras de sulcos marcavam a partida e a meta das corridas. Existia uma terceira linha, a 500 pés de Héracles da meta (160,23 m) e que assinalava o ponto de partida da corrida feminina que compunha o programa dos Jogos de Hera, a versão dos Jogos Olímpicos para mulheres.



Linha de partida do estádio de Olímpia

ACADEMIA OLÍMPICA DE PORTUGAL

Jogos Olímpicos da Antiguidade



Origem, apogeu e decadência



Schuss, a primeira mascote olímpica



Os X Jogos Olímpicos de Inverno, realizados na cidade francesa de Grenoble em 1968, foram os primeiros a dispor de uma mascote, ainda que sem reconhecimento oficial. Tratava-se da figura de um esquiador e recebeu o nome «Schuss», palavra onomatopaica cuja sonoridade remete para o som dos esquis usados em deslocação veloz sobre a neve.

Ao contrário da tradição já vulgarizada no desporto, «Schuss» não era um ente vivo e único, era um objeto inerte produzido em série pela indústria dos plásticos moldados. Portanto, as mascotes olímpicas nasciam sem a vocação metafísica de entidade propiciadora de bons auspícios, adquirindo uma função identitária que relacionava o objeto (mascote) e o acontecimento (Jogos Olímpicos).

Misha, a mascote que foi ao espaço

Depois de os leitores de uma revista desportiva soviética terem escolhido o urso como animal representativo dos Jogos de Moscovo de 1980, um ilustrador de livros para crianças desenhou a mascote dos Jogos, que recebeu o nome de «Misha». Esta foi a mascote que mais perdurou na memória popular, exemplo de eficácia no papel de divulgador de um evento. Figura de traços simpáticos, «Misha» surgiu durante mais de um ano em muitas celebrações desportivas, em espaços públicos e em publicações, como forma de anúncio dos Jogos Olímpicos de Moscovo. Quando a celebração teve início, o mundo inteiro já o conhecia. E melhor ficou a conhecê-lo na cerimónia de abertura, onde um dos quadros apresentava dezenas de voluntários vestidos de «Misha», dançando no relvado. A popularidade cresceu ainda mais no encerramento dos Jogos, quando um «Misha» insuflável, com seis metros de altura, entrou no estádio pela mão de 18 guias, «aceno» ao público e elevou-se nos céus, puxado por balões de hélio, pouco depois de, nas bancadas, o mosaico de cartões ter revelado o «Misha» a verter uma lágrima de despedida.

«Misha» protagonizou espetáculos de circo e séries de animação e foi o primeiro símbolo olímpico a viajar pelo espaço, na nave «Soyuz», rumo à estação espacial «Salyut 6».



Príncipes noruegueses verdadeiros

Os Jogos Olímpicos de Inverno de 1994, em Lillehammer (Noruega), foram os primeiros a apresentar mascotes com referência humana: Håkon e Kristin evocavam duas figuras da história norueguesa do século XII, um príncipe que se tornaria rei da Noruega e uma princesa, sua tia. Criados pelos ilustradores Kari Jacobsen e Werner Grossmann como crianças de olhos azuis e cabelo louro, as duas mascotes tornaram-se, assim, as primeiras a representar personagens reais, ligando dessa forma a história do país às mascotes olímpicas, através de um vínculo cultural.



Whatizit, estranha personagem digital



pupilas em forma de estrela. «Whatizit» foi a primeira mascote olímpica criada por computação gráfica.

Figuras sem nome

As mascotes dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2014, em Sóchi (Rússia), ficaram conhecidas apenas pelas designações das espécies animais que evocavam e não por nomes próprios. Tratava-se de um leopardo-das-neves, uma lebre e um urso polar. Escolhidas por televoto dos espetadores de um programa de televisão da Rússia, as três mascotes não tinham qualquer ligação com a cidade ou a região onde decorreram os Jogos, levantando assim a questão de saber se a massificação do processo de escolha das mascotes pelos meios digitais é a melhor forma de continuar a tradição da relação de identidade entre os Jogos Olímpicos e as culturas locais.



ACADEMIA OLÍMPICA DE PORTUGAL

Mascotes Olímpicas



Talismãs e símbolos de identidade

